

***O Dinheiro Vivo* e a cobertura *online*
das manifestações de 15 de setembro,
13 de outubro e 14 de novembro de 2012**

**Relatório de Estágio de Mestrado em
Ciências da Comunicação**

Março, 2013

O Dinheiro Vivo e a cobertura online
das manifestações de 15 de setembro,
13 de outubro e 14 de novembro de 2012

Relatório de Estágio de Mestrado em
Ciências da Comunicação

Março, 2013

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, realizado sob a orientação científica da Doutora Carla Baptista.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, a Doutora Carla Baptista, pelo apoio e conselhos prestados, imprescindíveis para a realização deste trabalho.

Ao meu orientador no *Dinheiro Vivo*, o Doutor Miguel Pacheco, pela disponibilidade que sempre manifestou em ajudar-me durante o meu estágio no jornal.

A toda a redação do *Dinheiro Vivo*, por terem sido bons colegas.

O *DINHEIRO VIVO* E A COBERTURA *ONLINE* DAS MANIFESTAÇÕES DE 15 DE SETEMBRO, 13 DE OUTUBRO E 14 DE NOVEMBRO DE 2012

***DINHEIRO VIVO* AND THE ONLINE COVERAGE OF THE DEMONSTRATIONS OF SEPTEMBER THE 15TH, OCTOBER THE 13TH AND NOVEMBER THE 14TH OF 2012**

FREDERICO ANTÓNIO ROSÁRIO FERNANDES

RESUMO

ABSTRACT

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo económico, ciberjornalismo, manifestações, redes sociais

KEYWORDS: economics journalism, online journalism, demonstrations, social networks

Este trabalho analisa a cobertura que o *Dinheiro Vivo* realizou das manifestações de 15 de setembro, 13 de outubro e 14 de novembro de 2012 em Portugal, em comparação com aquela que os seus concorrentes no mercado do jornalismo económico português, o *Jornal de Negócios* e o *Diário Económico*, realizaram nos seus respetivos sítios *online*. O objetivo é saber se a natureza do *Dinheiro Vivo* como jornal *online*, que o distingue dos seus concorrentes, terá, ou não, influenciado a qualidade da sua cobertura. Para encontrar uma resposta, procede-se a uma análise de conteúdo dos artigos sobre as manifestações realizados pelos três jornais. Os resultados dessa análise mostram que o *Jornal de Negócios* apostou numa maior variedade de géneros

jornalísticos, essencialmente devido à articulação entre o seu sítio *online* e a edição em papel. As conclusões apontam para uma influência negativa da natureza *online* do *Dinheiro Vivo* sobre a qualidade da sua cobertura, com a velocidade de produção de artigos a ser privilegiada em detrimento de um trabalho jornalístico mais aprofundado.

This paper analyzes *Dinheiro Vivo*'s coverage of the demonstrations of September the 15th, October the 13th and November the 14th, 2012, in Portugal, compared to the one that its competitors in the Portuguese economics journalism market, *Jornal de Negócios* and *Diário Económico*, had done in their respective websites. The goal is to realize whether the nature of *Dinheiro Vivo* as an online newspaper, which distinguishes it from its competitors, did, or did not, influenced the quality of its coverage. To find an answer, it is performed a content analysis of the articles on the demonstrations that the three newspapers had done. The results of that analysis show that *Jornal de Negócios* invested in a greater variety of journalistic genres, mainly due to the articulation between its website and the paper edition. Conclusions point towards a negative influence of the online nature of *Dinheiro Vivo* on the quality of its coverage, with the speed of articles production being privileged at the expense of a more in-depth journalistic work.

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I: Três meses como estagiário no <i>Dinheiro Vivo</i>	2
1.1. O <i>Dinheiro Vivo</i> : história e funcionamento do jornal.....	2
1.1. Reflexão/balanço do estágio.....	6
Capítulo II: Contextualização teórica.....	8
2.1. Ciberjornalismo: características e novas exigências colocadas aos jornalistas.....	8
2.2. Jornalismo económico: um tipo de jornalismo como qualquer outro.....	18
2.3. Ética e responsabilidades do jornalista económico.....	20
2.4. A diversificação do público dos jornais económicos com a crise financeira internacional.....	23
2.5. Breve apresentação do <i>Jornal de Negócios</i> e do <i>Diário Económico</i>	26
2.6. Enquadramento, vozes e narrador: elementos da construção noticiosa.....	27
2.7. O papel da globalização e das redes sociais na organização de manifestações.....	33
2.8. A importância das agências de notícias num mercado global.....	38
2.9. As manifestações de 15 de setembro, 31 de outubro e 14 de novembro de 2012.....	40
2.9.1. Características típicas da cobertura mediática de ações de protesto.....	42
Capítulo III: Metodologia.....	45
3.1. Análise de conteúdo: assinatura e extensão das peças, peças completas e incompletas, géneros jornalísticos, fontes, enquadramento, narrador, tom, relação com narrativas multimédia, <i>story branding</i> e <i>story placing</i>	45

3.2. Resultados	48
Conclusão.....	62
Referências bibliográficas.....	67
Anexos.....	I
Anexo I: Tabela <i>Dinheiro Vivo</i> / Peças informativas.....	I
Anexo II: Tabela <i>Jornal de Negócios</i> / Peças informativas.....	III
Anexo III: Tabela <i>Diário Económico</i> / Peças informativas.....	IV
Anexo IV: Tabela <i>Dinheiro Vivo</i> / <i>Slideshows</i>	V
Anexo V: Tabela <i>Jornal de Negócios</i> / <i>Slideshows</i>	VI
Anexo VI: Tabela <i>Diário Económico</i> / <i>Slideshows</i>	VII

INTRODUÇÃO

Entre 17 de setembro e 14 de dezembro de 2012, como estagiário no jornal económico *online Dinheiro Vivo*, tive, por diversas vezes, a tarefa de proceder ao acompanhamento das manifestações anti-austeridade que ocorreram em Portugal mas, também, em outros países da Europa. Essa experiência e esses acontecimentos marcaram os meses em que trabalhei no jornal.

Tratando-se o *Dinheiro Vivo* de um jornal *online* que apenas existe em formato físico aos sábados, como suplemento do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*, surgiu-me a seguinte questão: terá a natureza do *Dinheiro Vivo* como jornal económico *online* influenciado a qualidade do seu trabalho em comparação com o dos seus concorrentes, *Jornal de Negócios* e *Diário Económico*, também presentes no papel?

Para responder a esta questão, decidi focar-me, apenas, em três das manifestações que ocorreram dentro do intervalo de tempo anteriormente especificado: as ações de protesto de 15 de setembro, 13 de outubro e 14 de novembro de 2012. A primeira, ainda que anterior ao meu estágio, foi escolhida pelo seu papel seminal como a primeira de uma vaga de manifestações. A seleção da segunda, por sua vez, deveu-se ao seu carácter particular como manifestação cultural. Por fim, considerei as manifestações de 14 de novembro pela sua dimensão transeuropeia.

A avaliação do trabalho do jornal foi realizada, não apenas tendo em conta os méritos do título mas, também, num exercício comparativo com os seus concorrentes diretos: o *Jornal de Negócios* e o *Diário Económico*.

Este relatório encontra-se dividido em três capítulos. No Capítulo I, “Três meses como estagiário no *Dinheiro Vivo*”, disserto sobre a minha experiência como jornalista estagiário no *Dinheiro Vivo*, apresentando as características do jornal, assim como o seu funcionamento.

No Capítulo II, “Contextualização teórica”, apresento os fundamentos teóricos que serviram de base à análise de conteúdo realizada aos artigos dos três jornais sobre as manifestações em causa.

Finalmente, no Capítulo III, “Metodologia”, explico as categorias que utilizei na análise de conteúdo e apresento os resultados dessa análise. Na conclusão, respondo à pergunta que guia este trabalho.

CAPÍTULO I: TRÊS MESES COMO ESTAGIÁRIO NO *DINHEIRO VIVO*

1.1. O *Dinheiro Vivo*: história e funcionamento do jornal

Propriedade do grupo de *media* Controliveste, presidido por Joaquim Oliveira, o *Dinheiro Vivo* (<http://www.dinheirovivo.pt>) foi lançado na *internet* no dia 16 de junho de 2011, sendo descrito pelos diretores comerciais, Luís Ferreira e Paulo Pereira da Silva, como “um jornal digital de economia novo, com inovação editorial, assente na credibilidade e acesso rápido à informação, apresentando-se como marca económica disponível em multiplataformas, *apps*, *web* e papel”¹.

Sob o lema “Há economia em tudo o que há”, o jornal começou por existir, apenas, em formato digital, passando depois para o papel, a 3 de setembro de 2011, como suplemento de economia do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*, com distribuição aos sábados. Além disso, a redação do *Dinheiro Vivo*, tendo resultado de uma fusão das redações de economia do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*, produz, também, todo o conteúdo noticioso de economia para as edições em papel destes dois últimos títulos.

Relativamente à equipa técnica, o *Dinheiro Vivo* conta com o diretor André Macedo, o diretor adjunto Miguel Pacheco, o diretor de arte Paulo Freitas, a chefe de redação Sílvia Oliveira, a chefe de redação adjunta Joana Petiz, o redator principal António Perez Metelo, os editores em Lisboa Vítor Martins, Helena Santareno e Gouveia de Albuquerque e os editores no Porto Teresa Costa, Pedro Araújo e Armando Fonseca Júnior. A redação é composta por Ana Baptista, Ana Marcela, Ana Paula Lima, Ana Rita Guerra, Bárbara Barroso, Eduarda Frommhold, Erika Nunes, Ilídia Pinto, Lucília Tiago, Luís Reis Ribeiro, Mariana de Araújo Barbosa, Paula Brito, Tiago Figueiredo Silva e Virgínia Alves. A infografia está a cargo de Luísa Sousa, enquanto Eva Almeida, Marta Rocha e Sofia Xavier estão encarregues do departamento de arte. O responsável pela edição vídeo é Pedro Oliveira.

Com pouco mais de um ano de existência, o *Dinheiro Vivo* já logrou vencer vários prémios e distinções, nomeadamente: Lançamento do Ano pela revista *Meios e Publicidade* (a 19 de julho de 2012, na categoria de Media); o bronze no Lovie Award

¹ Informação disponibilizada em nota aos parceiros.

pela melhor *app* (a 26 de outubro de 2011, para iPhone e iPad); prémio de excelência “12+1” do European Newspaper Awards, na categoria de suplementos (em maio de 2012, pela edição de 24 de setembro de 2011); distinção de Prata pelo Clube dos Criativos (em maio de 2012, pela aplicação para iPhone); distinção da aplicação do jornal para equipamentos móveis com o “Mobile of the Day”, nos Favourite Website Awards, a 2 de outubro de 2011; finalista na categoria de publicações mais bem desenhadas nos prémios de desenho periodístico Portugal e Espanha 2012; medalha de prata nos prémios de desenho periodístico no mesmo concurso (“Espanha na Rota do Resgate” foi o artigo premiado na categoria de suplemento regular); e, finalmente, menções honrosas na categoria de suplemento regular nos prémios de desenho periodístico, também do mesmo concurso.

O *Dinheiro Vivo* goza de características próprias que o diferenciam dos seus concorrentes diretos no mercado do jornalismo económico em Portugal, *Jornal de Negócios* e *Diário Económico*, ao existir, fundamentalmente, como jornal digital. Ainda que também apresente uma edição física aos sábados, como suplemento do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*, a verdade é que o *Dinheiro Vivo* é, no dia-a-dia, um jornal *online*, e essa situação faz com que o título se depare com exigências distintas daquelas que se colocam aos seus concorrentes.

Antes de mais, como jornal virado, essencialmente, para o *online*, o *Dinheiro Vivo* estrutura o seu *site* de uma maneira diferente, focando-se em temas mais afastados da economia. Assim, para além das secções “Empresas”, “Economia” e “Mercados” - pilares, para todos os efeitos, da informação económica -, o *Dinheiro Vivo* apresenta, ainda, os espaços “Emprego”, “Faz”, “Buzz” e “Guru”, que não encontram correspondente nos seus concorrentes.

A secção “Economia” divide-se em seis subsecções: “Últimas”, “Macro”, “Política”, “Fisco”, “Internacional” e “Opinião”. Funciona como a espinha dorsal do *site*, uma vez que aborda as questões de cariz puramente económico, detendo-se, também, sobre a vertente da política. A subsecção “Macro” assenta na atualidade económica mais rígida, enquanto a parente “Fisco” apela mais ao lado social, com notícias sobre impostos.

A secção “Empresas” divide-se em “Últimas”, “Telecom”, “Construção”, “Energia”, “Internacional” e “Opinião”.

Na secção “Mercados”, encontramos as subsecções “Últimas”, “PSI 20”, “Banca”, “Casas”, “Internacional” e “Opinião”.

A secção “Emprego” traduz-se num conjunto de artigos sobre ideias relacionadas com essa temática, tais como a postura a adotar em entrevistas de emprego, ideias para emigrar, conselhos para a carreira, entre outros. Esta secção encontra-se dividida em subsecções específicas, nomeadamente “Últimas” (com os mais recentes artigos sobre o tema), “Emigrar”, “Carreiras”, “Conselhos”, “Estado” (sobre a função pública) e “Opinião”.

A “Faz” é uma secção dedicada aos fazedores, isto é, aos empreendedores e *start-up* que vão aparecendo no país. Neste sentido, o jornal, aquando da comemoração do seu 1º aniversário, lançou, em outubro de 2012 e em parceria com o banco Millennium BCP, uma edição especial dedicada aos fazedores portugueses, com entrevistas a diversos empreendedores, o lançamento da Conferência *Dinheiro Vivo* – evento organizado pelo jornal nesse mesmo mês e que contou com a presença de ministros, banqueiros, fazedores e publicitários, reunidos para discutirem novos projetos e ideias de negócio – e dicas para a criação de marcas. Essa edição foi lançada em dois formatos diferentes: jornal e revista. A capa apresentava 50 “regras de ouro” para a criação de um negócio, sugeridas, precisamente, por fazedores. Também artigos da *Harvard Business Review* podem ser encontrados na secção “Faz”.

Dedicada a notícias de *marketing*, publicidade e tecnologia, encontramos a secção “Buzz”, a qual se divide em seis subsecções: “Últimas”, “Publicidade”, “Marketing”, “Web”, “Tech” e “Opinião”. A “Web” destina-se a conteúdos relacionados com redes sociais, ao passo que a “Tech” está mais focada em tecnologias e aplicações. Esta secção apresenta, também, notícias relacionadas com a comunicação social.

Por último, a “Guru”, subdividida em “Últimas”, “Impostos”, “Carreiras”, “Leis”, “Vendas” e “Finanças pessoais”, serve, sobretudo, para dar conselhos e esclarecer dúvidas sobre assuntos relacionados com os temas indicados pelas subsecções. Os títulos dos artigos assumem, na maior parte das vezes, a forma de pergunta, colocada na primeira pessoa, o que permite ao leitor perceber, facilmente, qual o tema em questão e identificar-se com problema (ex: “Quero trabalhar no Canadá. Como encontro as vagas de emprego na construção?”).

Além disso, o *Dinheiro Vivo* apresenta, no final das suas peças, o “Ponto final”, uma espécie de resumo ou frase forte da notícia. Esta é uma característica que demonstra a orientação do jornal para o *online*, ao permitir que leitores com pouco tempo possam ler um pequeno resumo que lhe indique a informação essencial a reter.

Quanto ao funcionamento interno do jornal, o título conta com um jornalista especializado por área: banca, mercados, *media*, tecnologias, fisco e fazedores.

As fontes a que o *Dinheiro Vivo* recorre para a redação de notícias, para além da agência *Lusa*, assentam, fundamentalmente, em empresários e banqueiros.

Como suplemento aos sábados do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias*, o *Dinheiro Vivo* faz a transposição das mesmas secções do *online* para o papel, acrescentando, ainda, alguns espaços: o “Perfil” – um artigo com assinatura sobre a personalidade que mais se tenha destacado durante a semana –; o “Cinco Chaves” – espaço de opinião sobre o melhor da semana, dividido em cinco momentos –; e o “Mais” – o tema da semana devidamente aprofundado. No papel, o *Dinheiro Vivo* mantém o espaço “Ponto final”, recordando, desta maneira, a sua origem digital.

1.2. Reflexão/balanço do estágio

No dia 17 de setembro de 2012, pelas 10 horas da manhã, entrei no edifício do *Diário de Notícias*, na Avenida da Liberdade, em Lisboa, e, já com o meu cartão de estagiário na mão, subi até ao 5º piso. Lá, aguardava-me o início da minha aventura no *Dinheiro Vivo*. Seriam três rápidos mas - esperava eu - proveitosos meses.

Rapidamente, a chefe de redação explicou-me aquilo que deveria fazer durante o meu estágio no jornal: estar atento aos *takes* enviados pela agência Lusa e publicar os mais importantes de entre eles, com a maior brevidade possível. Fora isso, haveria, também, oportunidades para que eu redigisse notícias pela minha própria mão e saísse da redação, para realizar entrevistas curtas.

Sentado no meu pequeno posto, em frente a um computador, desde o início tive o apoio de uma estagiária profissional que me ajudou no processo de aprendizagem do funcionamento do *back office* do jornal. Apesar de a redação ignorar, muitas vezes, a proximidade física e funcionar através do envio de *e-mails* entre os seus membros, ter a chefe de redação perto de mim foi importante, durante todo o estágio, para facilitar a comunicação. Ainda que também tenha existido o reverso da medalha; nos primeiros tempos, enquanto eu ainda tentava aprender a lidar com o stress próprio de trabalhar na redação de um jornal, ter a chefe demasiado perto de mim também aumentava os meus níveis de nervosismo e ansiedade de tentar fazer tudo o mais bem possível.

Uma vez que eu não tinha formação específica em economia, o meu orientador no local, o diretor adjunto Miguel Pacheco, foi muito importante no papel de me ajudar a perceber aquilo que eu lia e que eu próprio escrevia, sempre que me cabia redigir notícias de minha completa autoria. Mas, para isso, foram, igualmente, indispensáveis os contributos dos jornalistas responsáveis pelas áreas da banca e da bolsa.

Um dos aspetos que considere mais negativos foi o facto de eu ter sido o único estagiário curricular do jornal, naquele período. A redação não estava preparada para receber estagiários; eu deveria trabalhar quase como se fosse efetivo no jornal, tirando o facto de que não me eram confiadas tarefas de importância superior, como grandes entrevistas ou a escrita de crónicas. Os meus primeiros tempos no jornal acabariam por ser, assim, um pouco difíceis.

Outro aspeto negativo foram as escassas saídas da redação que realizei. Em três meses de estágio, apenas saí por duas vezes, sendo que a primeira foi logo na minha

semana de estreia. Compreendi, rapidamente, que a minha função deveria ser, acima de tudo, a de publicar notícias da Lusa e, de quando em vez, redigir notícias com base na imprensa internacional, em *press-releases* e em comunicados.

De entre as tarefas mais difíceis com que me deparei, destaco a da transcrição de declarações a partir da televisão. A minha falta de agilidade a transcrever, decorrente da minha falta de experiência, aliada a algum ruído na redação, deixava-me bastante nervoso. Mas, com a prática e com o acumular de situações de stress, comecei a evoluir e a tornar-me mais rápido, apurando o ouvido para o essencial.

Para além das tarefas já enunciadas, foi-me pedido, várias vezes, que fizesse o acompanhamento de manifestações ou greves que estivessem a acontecer em Portugal ou no resto da Europa, através da redação de notícias com atualização constante e da criação de *slideshows* com fotografias desses mesmos eventos. Foi, precisamente, graças a isso que me surgiu a ideia nuclear deste trabalho de comparar a qualidade das coberturas do *Dinheiro Vivo* com aquelas que os seus concorrentes diretos realizaram. Indelévelmente, o meu estágio fica ligado a este ambiente de permanente agitação social em Portugal e na Europa, como resultado das medidas de austeridade exigidas pela “troika” do Banco Central Europeu, da Comissão Europeia e do Fundo Monetário Internacional. Para a realização destas tarefas, apoiava-me, sobretudo, nas televisões e na Lusa – caso o cenário fosse português – e na imprensa internacional – caso se tratasse de eventos no estrangeiro. Quanto às fotos, recorria àquelas que a Global Imagens e a Reuters me forneciam, através de um *software* preparado para o efeito.

Em termos gerais, o meu estágio no *Dinheiro Vivo* foi positivo. Para todos os efeitos, foi a minha primeira experiência profissional – ainda que com os moldes curriculares do estágio -, que me permitiu perceber como funciona uma redação e como é o ambiente de produção de notícias. Além disso, resisti às dificuldades inerentes de trabalhar num jornal especializado numa área na qual não me sentia à vontade, graças à ajuda dos meus colegas. Percebi que escrever num jornal especializado só difere de escrever num jornal generalista se tivermos de abordar temas mais profundos, que exijam conhecimento e formação específicos.

CAPÍTULO II: CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

2.1. Ciberjornalismo: características e novas exigências colocadas aos jornalistas

No *Dinheiro Vivo*, tive oportunidade de trabalhar num jornal criado, especificamente, para o meio *online*. Foi, assim, a minha primeira experiência no mundo do ciberjornalismo.

Hélder Bastos (2005: 1) define ciberjornalismo como “o jornalismo produzido para publicações na Web por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações”. Para Ramón Salaverría (2005, *apud* Zamith), ciberjornalismo consiste na “especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos”.

John Pavlik (2001, *apud* Canavilhas) diferencia a evolução do ciberjornalismo em três fases: a primeira correspondente à disponibilização dos mesmos conteúdos no *online* que haviam sido publicados no impresso, o chamado *shovelware*; uma segunda em que os conteúdos são já produzidos especificamente para o *online*, com a inclusão de hiperligações, aplicações interativas e, por vezes, fotos, vídeos ou sons; e uma terceira que diz respeito à produção exclusiva de conteúdos para a *web*, tirando partido de todas as suas características. Segundo João Canavilhas (2005: 2), o ciberjornalismo em Portugal encontra-se, ainda na segunda fase defendida por Pavlik.

Segundo Bastos, o ciberjornalismo distingue-se de outros géneros de jornalismo “pela sua componente tecnológica enquanto fator determinante em termos de uma definição operacional”². Para mais, o ciberjornalista usufrui de características próprias da *internet*, nomeadamente a multimedialidade, a interatividade e o hipertexto. Para aproveitar a multimedialidade, o ciberjornalista deve decidir qual ou quais os formatos de *media* que se ajustam a determinada história; para realizar a interatividade, o público deverá poder responder, interagir ou personalizar certas histórias; por fim, quanto ao hipertexto, o ciberjornalista deverá relacionar a história com outras histórias, arquivos e recursos através de hiperligações (Bastos, 2005: 1). Tal como refere o autor, no ciberjornalismo devemos tentar aproveitar a convergência de meios possibilitada pela

² *Idem.*

internet, não nos limitando a redigir textos “mas antes a explorar todos os formatos possíveis a ser utilizados numa estória”³.

Jorge Pedro Sousa (2003) afirma que a *internet* é “o meio de comunicação que mais torna visível a convergência dos media, ou seja, a integração dos media num único suporte”. O autor define interatividade como “a possibilidade de o recetor participar e interagir com o jornal e até de noticiar e funcionar como fonte de informação”, assistindo-se, assim, a um “nivelamento do jornalista com o leitor”. Já o hipertexto consiste em “ligações entre textos e outros registos, o que torna o consumo informativo individualizado”, ao passo que o hipermédia (ou multimedialidade) diz respeito à união “num único suporte” de texto, áudio e vídeo. O autor caracteriza, também, a instantaneidade como “a possibilidade de as notícias serem transmitidas no momento em que são finalizadas ou em direto”.

Segundo João Canavilhas (2008: 157), a hipertextualidade é “uma característica fundamental do webjornalismo, pois introduz uma nova variável – a leitura não linear”. O autor sublinha que a hipertextualidade, a interatividade e a multimedialidade, em conjunto com outras características como a ubiquidade, a memória, a personalização e a instantaneidade, se corretamente exploradas, tornam o ciberjornalismo “na quarta especialidade do jornalismo”⁴.

Ramón Salaverría (2005, *apud* Zamith) define multimedialidade como “a capacidade, outorgada pelo suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som”. O autor define, também, a hipertextualidade como a “capacidade de interligar vários textos digitais entre si”.

Sobre a multimedialidade, Masip *et al* (2010: 572) sublinham a exigência imposta aos ciberjornalistas de não só redigirem textos mas, também, de assumirem a produção de conteúdos audiovisuais. Segundo os autores, também os fotógrafos têm de desempenhar mais tarefas, estando agora responsáveis “não só por tirar instantâneos mas também por gravar em vídeo os eventos para que foram destacados”. No caso específico do *Dinheiro Vivo*, esta realidade ainda não se verificava; os redatores encarregavam-se, exclusivamente, da redação, e a responsável pela infografia cingia-se às suas tarefas, assim como o coordenador de vídeo. Os fotojornalistas que serviam a

³ *Ibidem*, p. 5.

⁴ *Ibidem*, p. 154.

redação eram partilhados com o *Diário de Notícias* e com o *Jornal de Notícias*, títulos detidos pelo mesmo grupo de comunicação social.

Para além da multimedialidade, a convergência no ciberjornalismo pode estender-se a outros campos, tal como o da própria organização da empresa. Tal como explicam Masip *et al*, “à medida que os cibermeios foram consolidando o seu espaço no seio das empresas jornalísticas, começaram também a coordenar-se melhor com os seus predecessores clássicos”⁵. Observamos, assim, um fenómeno de adaptação mútua entre velhos e novos *media*, particularmente no que diz respeito a quatro aspetos: “as tecnologias utilizadas, a reconfiguração logística das empresas, o perfil dos jornalistas e as linguagens informativas”. Tal como afirma Bastos (2013: 10), a aposta de muitos grupos de *media* na convergência nos últimos anos tem passado, precisamente, pela integração de redações e, também, pelo cruzamento de conteúdos multimédia. Segundo o autor, esta aposta “torna possível antecipar um cenário de convergência total: tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdos”.

Ramón Salaverría (2010: 33) refere que “o atual processo de convergência tecnológica está hoje a ser liderado por empresas de telecomunicações, produtores de dispositivos informáticos e programadores de aplicações digitais”. Desta maneira, estes agentes definem quais as tecnologias a que os meios de comunicação se devem adaptar “com toda a rapidez possível”. Sobre a convergência empresarial, o autor identifica duas estratégias de desenvolvimento: uma centrífuga e outra centrípeta⁶. A centrífuga diz respeito à diversificação mediática, com os *media* a realizarem processos de desenvolvimento horizontal – ao expandirem-se para o audiovisual e a *internet* – e vertical – através da compra de sociedades e empresas com oferta de todo o tipo de produtos informativos e de entretenimento. A estratégia centrípeta, por sua vez, tem que ver com a concentração de empresas⁷.

No caso do *Dinheiro Vivo*, a redação do jornal resultou da fusão da equipa de economia do *Diário de Notícias* com a do *Jornal de Notícias*. Salaverría afirma que “a fusão de redações é um fenómeno de concentração empresarial” com dois objetivos: “1) a modernização das estruturas de produção, com o intuito de satisfazer mais bem as exigências das audiências cada vez mais multiplataforma; 2) o incremento da

⁵ *Ibidem*, p. 571.

⁶ *Ibidem*, p. 34.

⁷ *Ibidem*, p. 35.

produtividade”⁸. O autor sublinha que, ainda que a integração de redações seja um fenómeno da convergência jornalística, esta não se esgota aí.

Salaverría afirma que a convergência profissional consiste numa crescente polivalência dos jornalistas, que passam não só a desempenhar tarefas de redação mas, também, de fotografia, *design* ou documentação. As empresas jornalísticas procuram, ainda, profissionais capazes de trabalhar em diversos meios, “tanto de maneira consecutiva como simultânea”⁹. O autor resume, também, a convergência de conteúdos à multimedialidade, sublinhando que, nos cibermeios, é possível alcançar um nível de multimedialidade “muito mais elevado do que em qualquer dos meios predecessores”.

Num inquérito realizado por Hélder Bastos junto de 67 ciberjornalistas – numa altura em que o *Dinheiro Vivo* ainda não existia –, o autor concluiu que a tendência crescente para a convergência entre velhos e novos *media* ainda não se verifica na maior parte das publicações *online* portuguesas, “onde a maioria dos ciberjornalistas produz, em exclusivo, apenas para as edições ou publicações online das suas empresas” (2010: 20). Segundo o autor, esta realidade pode limitar “um trabalho verdadeiramente multitextual e, portanto, significativamente mais exigente quanto às aptidões dos ciberjornalistas”. António Fidalgo (2003: 4) destaca a diferença de apresentação de conteúdos entre os jornais impressos e os jornais *online*. Tal como explica o autor, a primeira página de um jornal impresso apresenta as notícias como um índice ou, então, com *leads* “mais ou menos longos”. O jornal *online*, por sua vez, “além de ter logo na página de acesso o índice das notícias de destaque, traz também os links para essas secções”.

António Fidalgo (2003: 9) sublinha o carácter interativo do *online*, ao permitir e estimular a participação dos leitores no jornal, uma vez que “tem a vantagem de incluir as adendas, confirmações, correções, comentários, respostas (ou respetivos links) na mesma página web da notícia”. O autor acrescenta que, “enquanto nos media tradicionais todas as reações aparecem diferidas no tempo, no online as reações juntam-se à notícia”.

Também Zamith (2011: 28) afirma que, na *internet*, “as possibilidades de interação dos visitantes/utilizadores quer entre si quer com os jornalistas, são muito maiores [do que na rádio e na televisão]”, podendo traduzir-se em “comentários

⁸ *Idem*.

⁹ *Ibidem*, p. 36.

publicados junto às notícias, troca de emails entre utilizadores e jornalistas, fóruns de discussão, salas de comunicação instantânea, inquéritos ou sistemas de votação/valoração dos conteúdos.” Tal como explica o autor, as potencialidades da *internet* permitem ao leitor participar no processo de construção noticiosa, “através do envio ou publicação de informações, correções, notícias ou reportagens, em texto, fotografia e/ou vídeo.”¹⁰

Zamith identifica, ainda assim, desvantagens no ciberjornalismo, considerando que os *media* tradicionais conseguem ter sobre ele algumas vantagens concorrenciais:

*“No que falha o cibermeio é na mais demorada e cansativa leitura em monitor, nalguma menor fiabilidade tecnológica (é mais frequente haver falhas no computador ou no acesso à Internet do que na transmissão de emissões de rádio ou de televisão broadcast ou na produção e/ou distribuição dos jornais) e numa maior dificuldade em distinguir o que é e não é jornalismo.”*¹¹

A interatividade do *Dinheiro Vivo* com os seus leitores, durante o meu estágio no jornal, era, ainda, incipiente. A obrigatoriedade de registo no *site* ou, em alternativa, de utilização do aplicativo do jornal no Facebook ou no Twitter para que fosse possível comentar os artigos poderá explicar o habitualmente reduzido volume de comentários que se verificava.

Num estudo etnográfico sobre quatro *sites* noticiosos catalães, Domingo (2008) critica o facto de o ciberjornalismo não ser tão interativo quanto poderia ser, considerando a interatividade como um mito com o qual os ciberjornalistas têm de lidar, por não se enquadrar nas rotinas de produção noticiosa. O autor afirma que a interatividade deve ser entendida “como um conceito que se relaciona com fatores materiais (dimensão do pessoal, recursos técnicos) e sociais (cultura profissional, organização laboral)”¹². Segundo o autor, “a cultura profissional do jornalismo tradicional prevalece sobre o mito e faz dele um problema, ao invés de uma oportunidade de mudança”¹³.

¹⁰ *Ibidem*, p. 29.

¹¹ *Ibidem*, p. 25.

¹² *Ibidem*, p. 681.

¹³ *Ibidem*, p. 692.

Domingo refere que as rotinas diárias dos ciberjornalistas nos quatro *sites* que analisou reproduziram os modelos dos *media* tradicionais nesses *sites*, “em que os jornalistas foram os únicos produtores e os utilizadores foram vistos como uma audiência passiva, como consumidores das histórias”¹⁴. Além disso, a imediatez revelou-se o valor primordial durante a produção noticiosa, afetando, desta maneira, o desenvolvimento da interatividade. O autor salienta que a imediatez é um objetivo que transita do jornalismo tradicional. Assim, a existência de utilizadores ativos “foi um conceito que colidiu com a cultura jornalística e que teria requerido uma redefinição completa das rotinas de trabalho”.

Com base no seu estudo, o autor afirma que “a inércia da cultura do jornalismo tradicional e a primazia de ideais como a imediatez em detrimento de outros garantiram a sobrevivência do antigo modelo jornalístico” nos casos analisados¹⁵. Por isso, com a exceção do portal *online*, os jornalistas dos casos analisados perceberam que a participação da audiência era mais “um problema a gerir do que um benefício à produção de notícias”.

Durante o meu estágio, ficou evidente uma maior preocupação do *Dinheiro Vivo* com as partilhas dos seus artigos nas redes sociais do que com a obtenção de comentários. Esta situação é compreensível, se tivermos em conta que estes meios incentivam à discussão em torno da informação. Tal como explica Recuero (2009, *apud* Francisco), “no espaço offline, uma notícia ou informação só se propaga na rede através das conversas entre as pessoas”, ao passo que, “nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas”. O autor faz a distinção entre dois tipos de capital social nas redes sociais: o social relacional, que tende a circular entre os laços fortes, e o capital social cognitivo, que diz respeito à difusão de informações que possuem um maior apelo informacional. É neste último tipo que se inserem os perfis dos jornais nas redes sociais. O autor afirma que as informações com apelo ao capital social cognitivo “parecem difundir-se principalmente entre os diversos grupos nas redes sociais”. Desta maneira, verifica-se uma tendência para que as informações veiculadas pelas contas de órgãos de comunicação nas redes sociais tenham uma abrangência maior, espalhando-se com maior rapidez através dos laços mais fracos, ainda que com menor interação.

¹⁴ *Idem*.

¹⁵ *Ibidem*, p. 697.

O facto de o *Dinheiro Vivo* contar com uma redação reduzida poderá, igualmente, explicar o menor empenho na interatividade com os leitores. Domingo (2008: 698) afirma que, apesar de os jornalistas abordados no seu estudo terem considerado a interatividade como crucial para o seu trabalho, na prática, a cultura profissional e a imediatez sobrepuseram-se a tudo o resto. Assim, “o reduzido tamanho das equipas *online* tornou impraticável lidar com oportunidades de participação extensivas, uma vez que a prioridade em três dos quatro casos foi de publicar as notícias o mais depressa possível”.

O meu estágio no *Dinheiro Vivo* ficou ligado à publicação massiva de textos de agência, com reduzida produção própria. Tal como afirma Bastos (2013: 2), o jornalista, ao trabalhar numa redação digital, lida com rotinas de produção “mais de carácter técnico do que propriamente jornalístico, que o afastam da possibilidade de recolher informação pelos seus próprios meios, de seleccioná-la, de redigi-la, de colocá-la em contexto, de preparar os seus textos ou montar as suas peças”.

Além disso, tal como explica Bastos, a dependência de agências enfraquece um dos pilares do jornalismo, o do rigor na verificação dos factos, em favor da rapidez de produção:

“(...) Verificar exige proceder a contactos com colegas e fontes, pesquisas documentais, consultas de arquivos, cruzamentos. São tarefas que consomem muito tempo. Ora, também por pressão concorrencial, em que ‘ganha’ aquele que der primeiro, tempo é o que menos dispõe o ciberjornalista...”¹⁶

Para a diminuição do rigor concorre, também, o acentuar da instantaneidade, atrás mencionada, a qual causa, igualmente, o aumento da superficialidade¹⁷.

Apesar de, no *Dinheiro Vivo*, as notícias, mesmo as de agência, deverem contar com um título e *superlead* redigidos pelo jornalista – para além do “Ponto final” -, muitas vezes, devido ao imperativo da rapidez, publiquei notícias sem as ter lido totalmente, satisfazendo-me com o *lead*. Bastos alerta, neste sentido, que a publicação

¹⁶ *Ibidem*, p. 3.

¹⁷ *Ibidem*, p. 8.

de notícias nos *sites*, sem qualquer tratamento, cria “dois problemas em simultâneo: o da verificação nula e o da validação cega”¹⁸.

Apesar destas falhas, há sinais de mudança no ciberjornalismo em Portugal. João Canavilhas (2009: 54) afirma que este tipo de jornalismo tem evoluído em Portugal, depois de uma fase inicial em que era ensinado “seguindo os mesmos princípios e técnicas do jornalismo escrito”, destacando o aparecimento de disciplinas específicas sobre o jornalismo na *internet*. Um dos obstáculos ao ensino do ciberjornalismo em Portugal consistia no subdesenvolvimento das publicações *online* portuguesas, realidade que, segundo o autor, tem vindo a sofrer alterações.

Outro aspeto do ciberjornalismo presente no meu estágio foi a premência de atualização constante de notícias, sobretudo no que dissesse respeito à cobertura de eventos como manifestações ou cimeiras europeias. Mas, tal como refere Pavlik (*apud* Bastos, 2005: 3), ainda que, desta maneira, se satisfaça uma audiência habituada a ser alimentada por atualizações constantes, “poucos jornalistas têm tempo para análises aprofundadas antes de publicarem as suas estórias”.

A pressão no *online* difere, também, da pressão no jornalismo impresso. Tal como afirma Angela Phillips (2010: 96), no impresso, os jornalistas “não sabiam que tinham sido ‘espiados’ por um rival até ao dia seguinte, quando já era demasiado tarde para fazer alguma coisa”; agora, no ciberjornalismo, “cada estória é colocada *online* dentro de minutos e os jornalistas estão sob intensa pressão para não perderem nada do que está num site rival”.

Como estagiário no *Dinheiro Vivo*, era meu dever estar atento aos *sites* dos concorrentes *Jornal de Negócios* e *Diário Económico*. Se, por exemplo, um deles apresentasse uma manchete com um assunto que ainda não tivesse sido tratado pelo *Dinheiro Vivo*, eu deveria comunicar isso mesmo à chefe de redação. Caso a informação tivesse provindo de comunicados ou *press releases*, por norma, esperava-se até que os documentos nos fossem enviados ou, então, eram feitos telefonemas para garantir o seu envio. Escrever o artigo com base no do concorrente era de evitar, mas admissível caso a demora fosse demasiado prolongada. A este propósito, Angela Phillips afirma que, nos novos *media*, os jornalistas e editores se tornaram “hipervigilantes”, monitorizando regularmente aquilo que os concorrentes diretos publicam¹⁹. Hélder Bastos (2008: 9),

¹⁸ *Idem.*

¹⁹ *Idem.*

num inquérito realizado junto de ciberjornalistas portugueses, concluiu que estes “usam o computador, acima de tudo, para se manterem a par das notícias da concorrência”, com a *web* a funcionar como “ferramenta privilegiada” para a procura de ideias, verificação de factos, acompanhamento de blogues ou busca de nomes ou endereços.

Os telefonemas, no *Dinheiro Vivo*, ficavam a cargo, sobretudo, dos jornalistas com mais tempo de trabalho no jornal. Tal como afirma Angela Phillips, nalguns jornais com redação reduzida – tal como acontecia no *Dinheiro Vivo* –, a necessidade de produzir depressa faz com que apenas os jornalistas “mais estabelecidos, com o maior nível de autonomia”, façam telefonemas para verificar informação ou cruzar fontes²⁰. Os jornalistas mais jovens, por seu turno, “raramente saem do escritório, tornando difícil para eles o contacto cara-a-cara”, dificuldade que eu próprio sentia. A autora sublinha, neste sentido, que a ausência de contacto pessoal “prejudica o desenvolvimento profissional” dos jovens jornalistas.

Durante o meu estágio, raras foram as vezes em que tive de estabelecer contactos. Mas, quando o fiz, recorri, sobretudo, ao *e-mail* e ao telefone. Práticas comuns entre os ciberjornalistas portugueses, tal como demonstra o inquérito de Hélder Bastos, com 98,4% dos respondentes a admitirem o recurso ao telefone e 92,2% a mencionarem o *e-mail*.

No *Dinheiro Vivo*, independentemente de se tratar da redação de notícias ou da publicação de textos de agência, era eu mesmo quem publicava os artigos no *site*, através do *backoffice* do jornal. Tal como explica António Fidalgo (2003: 6), o ciberjornalista insere a notícia diretamente na base de dados do jornal, sem precisar de a enviar para a redação, “através de uma máscara de inserção de notícias” com vários campos como o título, o *lead*, o corpo da notícia, a inclusão de fotografias ou a escolha da secção temática na qual incluir o texto. Todas estas possibilidades estavam ao dispor no *Dinheiro Vivo*.

Tal como indica o inquérito de Hélder Bastos, a redação de notícias é a tarefa diária predominante dos ciberjornalistas (92,4% dos respondentes). Apesar de essa realidade ir de encontro à minha experiência no *Dinheiro Vivo*, 71,2% de respondentes admitiram ocupar uma parte importante do seu tempo com edição de textos de agências.

As minhas quase nulas saídas da redação aparentam ser um “mal comum” entre os ciberjornalistas portugueses, com 44,6% dos inquiridos a afirmarem que raramente se

²⁰ *Ibidem*, p. 100.

deslocavam, 20% que o faziam uma a duas vezes por semana, 16,9% a admitirem, mesmo, que nunca saíam, enquanto nenhum saía todos os dias.

Em três meses, apenas escrevi uma vez para a edição física, numa situação de fecho e de emergência. Fora essa situação excecional, concentrei-me sempre no *online*, nunca escrevendo para o papel. Uma realidade que encontra espelho no inquérito de Bastos, com 65,1% dos ciberjornalistas inquiridos a admitirem que não produziam em simultâneo para as edições impressa e *online* dos títulos em que trabalhavam.

Sobre a questão da valorização da velocidade, 92,4% dos inquiridos admitiram que esse era o aspeto do trabalho ao qual maior importância davam, resultado que vai ao encontro da minha experiência.

Para 73,8% dos inquiridos, a maior dificuldade sentida no trabalho prendia-se com o facto de se ter de desempenhar diversas tarefas ao mesmo tempo. Eu próprio deparava-me, frequentemente, com essa dificuldade, quando tinha, em simultâneo, de redigir artigos, publicar notícias de agência, estar atento à televisão e a *sites* internacionais, para atualizar notícias, e escrever a partir de *press releases*.

As conclusões de Hélder Bastos retiradas da análise dos resultados do seu inquérito vão ao encontro da minha experiência no *Dinheiro Vivo*: foco no texto, em detrimento do trabalho de hipertexto ou hipermédia, que envolve uma integração, e não apenas uma justaposição, dos diferentes *media*; em termos de multimédia, primazia dada à fotografia; escrita, em exclusivo, para a versão *online*; muitos artigos escritos a partir de *press releases* e de textos de agência (Bastos, 2008: 21).

Afinal, nem mesmo o facto de o *Dinheiro Vivo* ser um jornal *online* por natureza permite o aproveitamento de todas as possibilidades que a *internet*, em teoria, fornece ao jornalismo.

2.2. Jornalismo económico: um tipo de jornalismo como qualquer outro

A noção de que o jornalismo económico envolve textos complexos, com a utilização de linguagem técnica, deve ser ultrapassada. Tal como afirma Caldas (2003: 1), “é preciso reconhecer que quem por vezes pode tornar o jornalismo económico difícil e chato é o próprio jornalista”. Essa situação acontece quando o jornalista não realiza um tratamento adequado daquilo que ouve, limitando-se a transcrever as expressões e explicações técnicas, próprias da economia, “o chamado ‘economês’”.

Aquilo que poderá afastar as pessoas (a complexidade dos temas, a linguagem cifrada, a hegemonia dos números sobre as palavras) corresponde a um estigma que o jornalismo económico transporta e que deve ser desmistificado. Tal como indica Caldas, “a linguagem jornalística é uma só” e, por isso, “o texto sobre o déficit fiscal do governo deve ter a mesma simplicidade, objetividade e clareza de outro que descreve um confronto entre policiais e traficantes na favela”²¹. Se o leitor não conseguir entender o texto, será porque o jornalista não cumpriu a sua “função básica de informar”.

Kluge (*apud* Martins, 2007: 41) oferece outro ponto de vista. A autora admite que “a área da economia é talvez o tema mais intimidatório do jornalismo” e que “as histórias económicas nunca parecem ser suficientemente claras ou significativas como os jornalistas gostariam que estas fossem”. Segundo a autora, esta realidade prende-se com a insegurança relativamente àquilo que se passa, denotada pelos próprios economistas, e pela dificuldade dos governos em controlarem a evolução da atividade económica.

Christiana Martins (2007: 21) alerta os jornalistas de que “mais do que dominar um determinado vocabulário e as relações a ele associadas, há que não se esquecer que se trata de jornalismo”. A autora remata esta ideia, afirmando que “um jornalista é um jornalista, escreva ele sobre economia ou sobre política”.

Por sua vez, Kucinski (*apud* Martins, 2007: 23), defende que o jornalista deve reportar, analisar e transmitir opiniões “sem usar uma linguagem que as pessoas comuns não entendam e sem violar os conceitos criados pela linguagem dos economistas”. Tal como refere Martins (2007: 32), o jornalista deve conciliar a linguagem do jornalismo

²¹ *Idem.*

com a da economia, “inserindo os desinseridos, fornecendo-lhes as informações necessárias para que possam decidir sobre todas as questões que lhes digam diretamente respeito”.

2.3. Ética e responsabilidades do jornalista económico

A relação entre os jornalistas económicos e as suas fontes é um dos aspetos mais delicados do jornalismo económico. Tambini (2008: 7) afirma que, tal como os restantes jornalistas, os jornalistas económicos “também gozam de certos privilégios, como o acesso às fontes, a proteção das fontes e certos direitos a imunidades em relação às leis de difamação e privacidade”, caso o assunto seja de “interesse público”. O autor afirma que, atualmente, o acesso às fontes por parte dos jornalistas económicos está a ser posto em causa pelas estratégias das companhias de relações-públicas.

Tambini sublinha que os jornalistas económicos têm determinadas responsabilidades, tais como “não abusar da sua oposição, violar um contrato de emprego ou quebrar as regras consignadas nos diversos códigos de conduta e leis a que estão sujeitos”²². Tal como refere o autor, as regras relativas ao jornalismo económico têm que ver com abusos de mercado, conflitos de interesse e valores jornalísticos gerais, tais como o rigor, a veracidade, a justiça e o respeito pela privacidade.

Neste sentido, o autor (2011: 162) identifica quatro ações relacionadas com abusos de mercado que os jornalistas económicos devem evitar:

- 1- *Insider trading*: negociar com base em informação que não é do conhecimento público;
- 2- Manipulação de mercado: utilização da influência que os *media* podem ter sobre os preços, através de recomendações;
- 3- Conflitos de interesse: o jornalista poderá hesitar em publicar informação que possa prejudicar uma empresa na qual tenha ações. Ou, então, poderá publicar informação que o beneficie;
- 4- Não-divulgação: numa história em que o jornalista tenha interesse, ele deverá sempre revelar a identidade dos produtores da recomendação, assim como quaisquer interesses que o produtor possa ter no investimento recomendado.

O autor sublinha que o papel dos jornalistas económicos tem que ver, primeiro, com a sua influência na governação corporativa e, depois, com a sua relação com os mercados e, em particular, com os mercados de capitais. Os jornalistas económicos, por

²² *Ibidem*, p. 8.

um lado, desempenham um papel alargado como *watchdog* (“cão de guarda”) no sistema de governação corporativa e, por outro, devem submeter-se a uma aproximação ética particular ao relacionarem-se com os mercados²³.

Sobre a maneira como os jornalistas económicos lidam com o mercado, Tambini (2008: 13) sublinha que os profissionais revelam uma dificuldade especial em noticiar rumores. O autor nota que, em termos comparativos, os jornalistas políticos têm uma aproximação “mais relaxada” ao mercado, “talvez porque o impacto no mercado político não é tão imediato e mensurável quanto os impactos nos mercados financeiros”. Assim, os jornalistas tentam evitar ser responsabilizados por abusos de mercado, enfrentando o “perigo constante de serem instrumentalizados por outros interesses”.

Em termos éticos, tal como refere Tambini, os códigos “tendem a focar-se no potencial de abuso de mercado, mais do que na necessidade geral de exercitar o ceticismo e evitar o pensamento de grupo”²⁴. O autor explica que “os potenciais dilemas éticos que advêm do potencial de abuso de mercado são muitas vezes descritos nos códigos de conduta em termos de ‘conflito de interesse’”. Caso haja dúvidas nesse campo, “o procedimento de auto-regulação normativo para lidar com esses conflitos é revelá-los a um editor superior”.

Tambini (2011: 160) aborda as acusações que são feitas ao jornalismo económico atual de que este é revestido de superficialidade e que conta com profissionais sem os conhecimentos necessários; acusações baseadas numa ideia de que o jornalismo económico deve desempenhar um papel independente de *watchdog*. Mas, tal como o autor frisa, não há um consenso sobre isto entre os próprios jornalistas.

Segundo Tambini, superar os problemas atinentes à velocidade é um dos desafios que se abrem ao jornais económicos.²⁵ Se é verdade que a disponibilização de informação *online* e o acesso às fontes se tornou mais fácil, por outro lado, existe a expectativa de que o material seja publicado “tão depressa quanto possível”. Assim, torna-se mais difícil o acesso a fontes adicionais e a manutenção dos padrões de verificação da informação; o que pode constituir um problema, se tivermos em conta que “os processos pelos quais os factos são verificados, os julgamentos dos valores noticiosos são feitos e as reportagens selecionadas para publicação podem ter

²³ *Ibidem*, p. 161.

²⁴ *Ibidem*, p. 15.

²⁵ *Ibidem*, p. 165.

consequências importantes sobre empresas individuais, investidores, empregados e, potencialmente, na economia alargada”. Por isso, os jornalistas económicos devem tentar alcançar um equilíbrio entre a velocidade e o respeito pelos valores éticos.

Segundo Tambini, os jornalistas devem, ainda, lidar com o facto de que “as histórias financeiras estão mais complexas e especializadas do que nunca”²⁶. Esta complexidade, aliada às pressões de velocidade e produtividade constituem “o desafio constante dos jornalistas” de não serem utilizados para satisfazer os interesses de alguém, concentrando-se, apenas, em servir o interesse público.

²⁶ *Ibidem*, p. 166.

2.4. A diversificação do público dos jornais económicos com a crise internacional

Em 2008, a falência do banco de investimento Lehman Brothers despoletou uma crise financeira que, rapidamente, extravasou para o resto do mundo. A crise, para além das suas consequências financeiras, também influenciou a informação económica, com os jornais especializados a depararem-se com um crescente interesse do público em compreender aquilo que se passava. Em Portugal, com o pedido de assistência financeira à Comissão Europeia, anunciado a 6 de abril de 2011 pelo então primeiro-ministro, José Sócrates, a crise tornava-se, ainda mais, num assunto constante no dia-a-dia dos portugueses. Recuperando as palavras de Pierre Nora, a crise assumia-se como um “acontecimento monstro”, contaminando tudo em seu redor.

Paul Manning (2010: 3) afirma que, desde a eclosão da crise internacional, os jornalistas económicos tiveram “mais espaço e tempo de antena do que nunca”, com os seus conhecimentos especializados a serem altamente procurados. Mas o autor sublinha que uma das maiores críticas que são feitas aos jornalistas económicos é a de que estes não conseguiram perceber os sinais de que uma crise financeira estaria prestes a acontecer. Tal como refere o autor, poucos jornalistas e comentadores fizeram ligações entre os sintomas emergente da crise, tanto a um nível micro como a um nível macro²⁷. A explicação para isto, segundo o autor, reside nas relações que existem entre as fontes financeiras e os jornalistas económicos, assim como nas pressões na produção de notícias económicas. Além disso, “os jornalistas económicos têm não só de enfrentar o desafio de explicar a complexidade das histórias económicas às audiências mas também aos editores”²⁸.

Por outro lado, assim que os jornalistas económicos se aperceberam da extensão da crise, tiveram de lidar com a indecisão de tornar ou não essa informação pública, “uma vez que, em mercados mediados, a cobertura noticiosa poderia causar esse mesmo temido colapso”²⁹.

Segundo Manning, a explicação para o facto de os jornalistas económicos não terem reportado os antecedentes da crise tem que ver com três fatores:

²⁷ *Ibidem*, p. 8.

²⁸ *Ibidem*, p. 10.

²⁹ *Ibidem*, p. 18.

- 1- A rotina em que as políticas de informação económica se movimentam;
- 2- As relações de troca entre fontes financeiras e relações financeiras e a maneira como essas relações raramente levaram os jornalistas a desenvolverem perspetivas mais críticas e holísticas sobre o sistema financeiro;
- 3- Questões mais complexas, como “estratégias intencionais expressadas através de políticas de fontes noticiosas, quadros ideológicos mais profundos, a rigidez das estruturas políticas dominantes”³⁰.

Pedro Guerreiro, diretor do *Jornal de Negócios*, em declarações à revista *Meios e Publicidade*³¹, em 2008, admitiu ter percebido que, no próprio dia da falência do Lehman Brothers (15 de setembro de 2008), “o assunto [crise económica] ia entrar nas preocupações quotidianas dos leitores”, ainda mais porque, tratando-se de um domingo, o jornal teve “uma enorme procura de informação no *site*, dia em que habitualmente a audiência é fraca”. Também Pedro Marques Pereira, subdiretor do *Diário Económico* à época, afirmou que a subida das vendas do jornal se acentuou a partir da eclosão da crise.

Como resultado da crise, os jornais económicos ganharam um público mais vasto e diversificado, o que obrigou a uma adaptação dos títulos a essa realidade. Segundo Pedro Guerreiro, o *Jornal de Negócios* comprometia-se a um empenho “também na forma como apresentamos os conteúdos”, de maneira a que leitores não entendidos de economia pudessem compreender as matérias. Pedro Marques Pereira, por seu turno, reforçou que “há muito que o *Diário Económico* faz trabalhos de fôlego destinados a um público mais vasto”.

Mas a crise também se fixou no dia-a-dia da informação generalista, com comentadores externos e entrevistados a marcarem presença não só nos canais em sinal aberto mas, também, na televisão por cabo. José Gomes Ferreira, jornalista económico e subdiretor de informação da SIC, explicou à *Meios e Publicidade* que, perante “ecos de pessoas sobre a solidez do sistema financeiro”, houve uma “preocupação deontológica” para que não se produzissem notícias alarmistas.

³⁰ *Ibidem*, p. 20.

³¹ In <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/11/crise-traz-novos-leitores-para-o-jornalismo-economico/>

A disseminação da informação económica poderia colocar dificuldades aos *media* generalistas em caso de falta de profissionais especializados na área. José Gomes Ferreira rejeitou que tal se aplicasse à SIC, garantindo que o canal contou, desde sempre, com uma equipa especializada em economia; ainda que alguns jornalistas de outras áreas tenham sido convocados, num processo de “ajuda mútua entre a redação”.

2.5. Breve apresentação do *Jornal de Negócios* e do *Diário Económico*

Propriedade do grupo Cofina, o *Jornal de Negócios* é um jornal económico português que surgiu como semanário a 8 de janeiro de 1998, tendo passado a diário a partir de 8 de maio de 2003. O seu primeiro diretor foi José Diogo Madeira. Atualmente, o diretor é Pedro Santos Guerreiro, em funções desde fevereiro de 2007. Pedro Santos Guerreiro venceu o Prémio Excelência Jornalismo Económico 2012, promovido pela Ordem dos Economistas, após uma primeira nomeação para o prémio em 2011.

Como colunistas, o jornal conta com nomes como Helena Garrido, João Quadros, Camilo Lourenço, Baptista Bastos, Bagão Félix, José Cutileiro, Leonel Moura, entre outros.

O diário está também presente no meio *online*, através do *site* www.jornaldenegocios.pt. Fundado a 23 de novembro de 1997, o *site* do *Jornal de Negócios* assumiu-se como a primeira publicação *online* de economia e finanças em Portugal.

Em 2012, o *Jornal de Negócios* venceu a categoria de “melhor jornal de informação económica” nos Prémios Meios & Publicidade 2012.

O *Diário Económico*, por sua vez, teve a sua primeira publicação a 30 de outubro de 1989, sob a direção de Jaime Antunes. Desde agosto de 2008, o diretor é António Costa. O jornal é propriedade da S.T. & S.F., Sociedade de Publicações Lda.

Vítor Bento, Ricardo Arroja, Pedro Silva Pereira, Luís Reis, João Cotrim de Figueiredo, Pedro Lino, André Freire, João Galamba e Helena Matos são alguns dos colunistas do *Diário Económico*.

Para além do *site* economico.sapo.pt, o *Diário Económico* conta, ainda, com um canal de televisão, a Económico TV, presente em todas as operadoras de televisão por cabo em Portugal. O canal pode, também, ser consultado em *streaming* em direto no *site* do jornal.

O *Diário Económico* já foi distinguido com a Prata e o Bronze, por duas vezes, dos prémios Malofiej, por trabalhos de infografia.

2.6. Enquadramento, vozes e narrador: elementos da construção noticiosa

Compreender o enquadramento dado pelos jornalistas nos seus textos é importante para a análise de conteúdo a ser realizada na terceira parte deste trabalho. É o tratamento que o jornalista faz da informação que detém que está em causa.

A teoria do enquadramento começou por ser delineada por Erving Goffman, na sua obra de 1974, *Frame Analysis: An Essay on Organization of Experience*. Esclarecendo que se vai servir da utilização do termo *frame* (“enquadramento”) dada por Bateson, Goffman apresenta a sua própria definição de enquadramento:

Entendo que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam os acontecimentos – pelo menos aqueles de cariz social – e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadramento é a palavra que eu utilizo para fazer referência a estes elementos básicos, tal como sou capaz de os identificar. Esta é a minha definição de enquadramento. A minha frase “análise de enquadramento” é um slogan utilizado para fazer referência à examinação destes termos da organização da experiência (Goffman, 1986: 9-10).

Goffman afirma que o indivíduo, quando reconhece um acontecimento em particular, se faz valer de esquemas de interpretação que podem ser apelidados de quadros primários, vistos como sendo capazes de transformar “aquilo que, de outra maneira, seria um aspeto sem significado de uma cena em algo com significado”³². Cada um destes quadros, segundo o autor, “permite ao seu utilizador localizar, perceber, identificar e rotular um aparente número infinito de ocorrências concretas definidas nos seus termos”.

Goffman faz a distinção entre dois tipos diferentes de quadros primários: naturais e sociais. Os quadros naturais “identificam ocorrências vistas como não direcionadas, não orientadas, não animadas, não guiadas, ‘puramente físicas’”. Tais acontecimentos não guiados são entendidos como resultantes, do início ao fim, de determinantes “naturais”³³. Os quadros sociais, por sua vez, têm que ver com as

³² *Ibidem*, p. 21.

³³ *Ibidem*, p. 22.

motivações, fornecendo ao homem “um *background* de compreensão de acontecimentos que incorporem a vontade, o foco e o esforço de controlo de uma inteligência”.

Silveirinha (2005: 751) afirma que os enquadramentos dizem respeito a “crenças partilhadas na sociedade”. A autora considera que o conceito, ao ligar estrutura com ação e cognição com práticas sociais, “é útil não só ao estudo do jornalismo mas à própria avaliação do papel da imprensa num momento particular da vida coletiva”.

Bourdieu (2005: 12) afirma que “os jornalistas têm os seus ‘óculos’ particulares através dos quais vêem certas coisas e não outras”, ao mesmo tempo que operam “uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. O autor explica que os jornalistas se guiam pelo trabalho dos seus pares, o que resulta numa uniformização e banalização da informação:

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver alguma coisa, o jornalista está mais ou menos disposto a tudo e, como os jornalistas se copiam mutuamente, cada um deles para ultrapassar os outros, para fazer primeiro que os outros, ou para fazer de modo diferente dos outros, acabam por fazer todos a mesma coisa, enquanto a procura da exclusividade, que, noutros lugares, noutros campos, produz a originalidade, a singularidade, culmina aqui na uniformização e na banalização.
(1995: 14)

Também Traquina (2002: 50) explica que os jornalistas se observam mutuamente e confiam uns nos outros, assumindo um “pensamento de grupo” que leva à realidade de um “jornalismo em matilha”. Esta noção de “jornalismo em matilha” ajuda a perceber as motivações que levaram a que nenhum dos três jornais económicos em foco neste trabalho tivesse hesitado em cobrir as manifestações aqui tratadas, não obstante o facto de estas não se reportarem, puramente, ao campo económico, mas englobando, também, características do foro social e político.

No seu artigo “Enquadramentos da Mídia e Política”, Mauro Porto (2002: 15) faz a distinção entre dois tipos gerais de enquadramento: enquadramentos noticiosos e enquadramentos interpretativos.

Os enquadramentos noticiosos são “padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar os seus relatos”, isto é, o “‘ângulo da notícia’, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos da realidade em detrimento de outros”.

Os enquadramentos interpretativos, por seu turno, apresentam uma independência relativa face aos jornalistas que os relatam, constituindo-se como “padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de tratamento, etc”³⁴. Apesar de os jornalistas também contribuírem com os seus próprios enquadramentos interpretativos para a produção de notícias, este tipo de enquadramento é promovido, essencialmente, por diversos atores sociais externos, “incluindo representantes do governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, associações profissionais, etc”. O autor acrescenta, a este propósito, que os “jornalistas tendem a apresentar os seus próprios enquadramentos interpretativos em colunas de opinião ou matérias de cunho analítico”, o que não significa que não o façam também nas notícias, ainda que com um “caráter mais subtil e indireto”³⁵.

A fonte é uma diferença essencial entre o enquadramento noticioso e o enquadramento interpretativo. Tal como explicam Scheufele e Tewskbury (2007: 12), “as atividades de grupos de interesse, políticos, jornalistas, e outros grupos interessados em moldar as agendas dos *media* e os enquadramentos podem ter um impacto tanto no volume como no cariz” das notícias.

Detendo-se sobre a cobertura mediática de movimentos sociais, Boykoff (2006: 205) afirma que os *media* servem de árbitro na disputa entre os seus próprios enquadramentos e os enquadramentos que os grupos querem fazer vingar. Segundo o autor, ao darem mais atenção aos movimentos sociais e aos seus participantes do que às causas que os sustentam, “os *media* de massas retratam a atividade de protesto (...) em moldes que podem minar as agendas desses movimentos”.

Boykoff afirma, ainda, que o discurso mediático é fundamental na construção das questões sociais, não apenas ao “enquadrar questões sociais e problemas para o público atento” mas, também, ao consagrar “um espaço de luta ideológica e ideacional para diversos movimentos sociais, protagonistas de estado e instituições”³⁶. Desta maneira, a atenção que os *media* dão aos movimentos sociais é essencial para que estes se desenvolvam. O autor alerta para o facto de os *media*, através das suas práticas de

³⁴ *Idem.*

³⁵ *Ibidem*, p. 16.

³⁶ *Ibidem*, p. 227.

enquadramento, definirem aquilo que é aceitável de entre o discurso do público. Por isso, “vozes que caíam fora do alcance do discurso aceitável têm, ocasionalmente, espaço no terreno mediático, mas o seu preço de admissão é, muitas vezes, sujeito à desaprovação dos *media* de massas”³⁷.

Na análise do enquadramento dado a uma notícia, é importante perceber a maneira como o jornalista narrou o acontecimento. Flood (2009: 17) faz a distinção entre *story* e *discourse*: a primeira diz respeito à ordem cronológica dos acontecimentos, tal como terão ocorrido, ao passo que a segunda tem que ver com a apresentação da história, que pode, ou não, ser bastante diferente da ordem cronológica. Segundo o autor, o papel de narrador do jornalista deve ser avaliado tendo em conta diversos fatores:

(...) Examinar os papéis de narrador (...) requer julgamentos a serem feitos sobre a autoridade relativa dos narradores (o seu capital simbólico, nos termos de Bourdieu) e a sua relativa confiabilidade; os seus proclamados e verdadeiros graus de conhecimento dos acontecimentos relatados; os seus níveis de participação na história, caso existam, como protagonistas ou/e testemunhas ou/e recetores dos relatos de outros; a distribuição quantitativa e o peso estratégico dos diferentes narradores dentro do produto noticioso como um todo; a questão dos padrões de citação relativamente a quem narra diretamente e quem é apenas indicado em paráfrase – e finalmente, o significado ideológico implícita ou explicitamente veiculado pelos narradores na sua seleção e interpretações dos acontecimentos relatados”.³⁸

As vozes presentes na notícia assumem um papel decisivo na definição da história apresentada. Tal como explica Flood, “nem todos os protagonistas representados num produto noticioso têm, necessariamente, papéis narrativos”³⁹. Podem, por isso, ser considerados, apenas, como protagonistas, e não como vozes. Por isso, há que ter em conta de que maneira “o discurso como um todo reflete um conjunto essencialista de atribuições ideológicas na valorização de protagonistas, ações e

³⁷ *Idem.*

³⁸ *Idem.*

³⁹ *Idem.*

situações”, relacionando-a com o “resultado da história, tal como é interpretada pela(s) voz(es) de narradores com maior autoridade”⁴⁰.

Num estudo de caso sobre a cobertura da BBC sobre o julgamento de Mizanur Rahman, um protestante muçulmano envolvido numa manifestação em Londres, realizada na sequência da publicação de *cartoons* que satirizavam o profeta Maomé, em 2005, Flood faz a distinção entre narrador interno e narrador externo. Segundo o autor, os apresentadores da BBC funcionaram como um narrador externo, “reportando a história do lado de fora, sem qualquer envolvimento nos eventos”⁴¹, isto é, sem terem recolhido informações no local. Já o advogado David Perry QC pode ser considerado “um protagonista-narrador interno, diretamente envolvido nos acontecimentos do julgamento, ainda que exterior aos acontecimentos da manifestação que lhe deram origem”.

Num outro estudo sobre enquadramento, Jenny Kitzinger (2004: 54) apresenta o conceito de *story branding* como um dos exercícios que o jornalista realiza para definir um dado enquadramento. Funciona como um rótulo ou etiqueta que o jornalista dá ao acontecimento. Segundo a autora, o *story branding* é crucial no processo de gestão de notícias, “à medida que fontes em conflito tentam dar diferentes definições do coração da história, a sua característica-chave”⁴². O *story branding* pode, assim, ajudar-nos a identificar o tema da peça informativa em análise.

Um outro conceito postulado por Kitzinger é o de *story placing*. Este conceito demonstra “como os jornalistas empregam descrições de lugar (geografia, perspetiva e comunidade) para enquadrar os seus relatos noticiosos”⁴³. Essas descrições “seletivas e, muitas vezes, bastante emotivas” não só ajudam a dar “cor” aos relatos noticiosos mas, também, a conferir “credibilidade a uma determinada maneira de compreender os acontecimentos em detrimento de outra”. Assim, os jornalistas situam geográfica e socialmente as suas histórias, com as descrições a servirem para evocar características do local em questão, assim como das suas gentes e cultura. No caso dos jornalistas de imprensa, a fotografia é essencial para o *story placing*: “os leitores são convidados a

⁴⁰ *Ibidem*, p. 17.

⁴¹ *Ibidem*, p. 22.

⁴² *Ibidem*, p. 79.

⁴³ *Ibidem*, p. 103.

visualizar a paisagem desértica entulhada com tanques queimados depois da batalha, a favela onde aconteceu o motim ou a lixeira onde o corpo da criança foi encontrado”⁴⁴.

⁴⁴ *Ibidem*, p. 104.

2.7. O papel da globalização e das redes sociais na organização de manifestações

As manifestações simultâneas realizadas por toda a Europa, a 14 de novembro de 2012, com o mesmo objetivo – a contestação às políticas de austeridade impostas pelos governos europeus sob pressão dos credores internacionais – demonstraram uma capacidade de articulação entre ativistas de diferentes países à qual a globalização e o espaço da *internet* não poderão estar alheios.

Manuel Castells (*apud* Martins, 2011: 21) explica que a globalização está associada à emergência de novas tecnologias de informação e comunicação e ao surgimento de novas relações interativas mediadas pelos computadores (redes). O autor apelida a sociedade atual de “sociedade em rede”, configurando-a como uma estrutura assente em redes, num sistema dinâmico, aberto, interligado, sujeito à inovação e estável. Tal como explica o autor, “as redes são estruturas abertas, capazes de se expandir de forma ilimitada, integrando novos nós, desde que consigam comunicar dentro da rede”, isto é, “desde que partilhem os mesmos códigos de comunicação”.

Os avanços tecnológicos reconfiguram, assim, a maneira como a comunicação é realizada, ao mesmo tempo que a informação transporta os acontecimentos da esfera local para uma esfera global, tal como explica Rosana Martins:

Observa-se que a comunicação está cada vez mais digitalizada, interativa, diversificada e flexível. Na verdade, a sociedade atual está organizada em torno de uma realidade política global que compreende a formação das corporações transnacionais da mídia, que organizam e agilizam não só os meios de comunicação e informação, mas também factos, sejam estes sociais, económicos, políticos ou culturais. (...) A comunicação eletrónica instantânea e o transporte rápido de massa permitem que acontecimentos distantes afetem os destinos locais. As fronteiras são sucessivamente ultrapassadas, o que resulta numa interdependência acelerada e num “mundo” em processo de encolhimento (2011: 22).

Scholte (2005: 59) rejeita as definições do conceito de globalização como internacionalização, liberalização, universalização ou ocidentalização, defendendo,

antes, uma quinta ideia: a de globalização como a disseminação de ligações transplanetárias entre as pessoas. Segundo o autor, a globalização reduz as barreiras aos contactos sociais entre pessoas em diferentes pontos do planeta, traduzindo-se, por isso, numa mudança na natureza do espaço social.

Referindo-se ao papel dos *mass media* globais como distribuidores de mensagens, em simultâneo, para audiências transmundoiais, Scholte sublinha a propagação das relações supraterritoriais, caracterizadas por ligações sociais que transcendem os territórios geográficos⁴⁵.

O caso das manifestações europeias de 14 de novembro de 2012 demonstra as faculdades da globalização: as redes globais – a *internet*, em geral, e as redes sociais, em particular – assumiram, aqui, um carácter decisivo para que fosse possível a articulação desses movimentos entre indivíduos de diferentes países. Em Portugal, os protestos em foco nas peças informativas analisadas neste trabalho foram organizados pelo grupo “Que se lixe a troika”, cuja base assenta nas redes sociais.

Admitindo, no seu blogue oficial, que se trata de “um fenómeno novo em Portugal” e que a sua definição “escapa à generalidade dos analistas e comentadores”, o “Que se lixe a troika” assume-se como um grupo de pessoas que “independentemente da sua filiação/simpatia ou independência partidária ou sindical, decidiram que era urgente e necessário encontrar articulações e consensos em torno da análise política que se pode fazer do país sob intervenção da Troika”. O grupo garante, ainda, que não tem fundadores, porta-vozes ou representantes, apresentando, apenas, membros que participam em discussões e ações propostas em plenários, reuniões e pela *internet*.

A verdade é que, desde a seminal manifestação de 15 de setembro de 2012, todos os movimentos nacionais retratados nas peças informativas em análise neste trabalho foram convocados tendo como veículo principal a *internet* e as redes sociais, em especial o Facebook. Lopes (2011: 83) afirma, neste sentido, que as redes permitem “fugas” em relação à informação veiculada pelos media, alimentam a criação de comunidades de interesse sobre temas específicos e permitem o envolvimento no processo político e o debate, “uma vez que o acesso e circulação da informação é feito de forma mais célere, mais fácil e com menos custos”.

⁴⁵ *Ibidem*, p. 61.

Tal como explica a autora, as manifestações ativistas têm vindo a ressurgir desde meados da década de 90, em torno da temática da globalização, com a novidade a ser “a utilização da Internet e de outros media como meios de mobilização, dinamização e difusão da informação”⁴⁶. A autora frisa que a *internet* permite aos ativistas “partilhar os seus pontos de vista e estabelecer parcerias com outras organizações, a nível global”⁴⁷.

Também Bennett (2003: 3) nota que os ativistas têm vindo a utilizar os novos *media* para organizarem as suas atividades e planearem protestos. Desta maneira, os ativistas globais aprenderam não só a comunicar uns com os outros a partir dos *media* “mas também a introduzirem as suas mensagens nos canais dos *mass media*”. O autor sublinha que a *internet* e as novas tecnologias vieram dar a possibilidade às pessoas de se organizarem politicamente “de uma maneira que supera os limites de tempo, espaço, identidade e ideologia”, permitindo uma expansão e coordenação das suas atividades “que dificilmente ocorreriam por outros meios”⁴⁸.

O autor dá o exemplo da “Batalha de Seattle” - um protesto antiglobalização que teve lugar nessa cidade norte-americana, em 1999, acompanhado por manifestações paralelas em dezenas de outras cidades - para demonstrar o poder de mobilização da *internet*. Segundo o autor, “a *internet* não foi apenas importante na organização dos protestos simultâneos; ela contribuiu para um retrato global desses acontecimentos” (Bennett, 2003: 27).

Foi, precisamente, a essa realidade que se assistiu nas manifestações simultâneas por toda a Europa, a 14 de novembro de 2012, com as imagens de protestantes em vários países a resultarem numa imagética homogénea. Sobretudo porque, independentemente das políticas específicas de cada país e das diferenças partidárias, o fim dos protestantes era o mesmo: lutar contra a austeridade praticada pelos governos europeus. Tal como afirma Bennett, este “‘individualismo coletivo’ é facilitado, em parte, por discursos menos concebidos em termos ideológicos do que em categorias alargadas de ameaça, dano e justiça”⁴⁹.

Também os ativistas dos protestos “Occupy” – um protesto internacional contra a desigualdade social e económica - têm recorrido às novas tecnologias e aos *media*

⁴⁶ *Idem*.

⁴⁷ *Ibidem*, p. 94.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 6.

⁴⁹ *Idem*.

sociais, tais como o Facebook, o IRC, o Twitter ou o Meetup, para coordenarem os seus eventos. Já a “Primavera Árabe” constitui outro protesto emblemático que pode ser equiparado às manifestações anti-austeridade em causa.

A “Primavera Árabe” é o termo utilizado para designar a onda de manifestações violentas e não violentas no Médio Oriente e no Norte de África, que teve o seu início a 18 de dezembro de 2010, na Tunísia, estendendo-se, depois, a outros países. O rastilho para o início das manifestações foi aceso pela auto-imolação do tunisino Mohamed Bouazizi, um vendedor de rua cujos produtos eram, constantemente, confiscados pela polícia. Tunísia, Argélia, Jordânia, Egito e Iémen foram os primeiros países a viverem a “Primavera Árabe”.

Os protestos da “Primavera Árabe” revestiram-se não só de manifestações, greves, marchas e comícios mas, também, da utilização dos *media* sociais, como a rede social Facebook, para organizar esses mesmos movimentos e disseminar as ideias de revolta.

Khondker (2011: 676) refere que o caso da auto-imolação de Bouazizi se tornou noticiado nacional e internacionalmente “graças aos efeitos combinados dos *media* convencionais e dos novos *media*”, com redes como a Al Jazeera e o Facebook a desempenharem “um papel significativo na disseminação de informação e na mobilização de massas de protestantes na Tunísia”. Desta maneira, “tanto revolucionários virtuais como revolucionários reais se juntaram em massa para protestar”. Beaumont (2011) cita declarações de Khaled Koubaa, presidente da Sociedade da Internet na Tunísia, em que este admite que os *media* sociais desempenharam um papel “absolutamente crucial” para a revolução nesse país, ao darem visibilidade aos protestos: “Três meses antes de Mohammed Bouazizi ter deitado fogo a si mesmo em Sidi Bouzid, tivemos um caso semelhante em Monastir. Mas ninguém soube disso porque não foi filmado. O que fez a diferença desta vez foi que as imagens de Bouazizi foram postas no Facebook e todos as viram.”

Khondker (2011: 677) refere que, “dado o papel dominante dos novos *media*, as revoluções tunisina e egípcia foram chamadas de revoluções do Facebook ou do Twitter”. De facto, tal como admitiu um ativista egípcio num *tweet* redigido durante os protestos no Egito, “nós usamos o Facebook para agendar os protestos, o Twitter para

os coordenarmos e o Youtube para contar ao mundo”⁵⁰. Fala-se, por isso, em “ciberativismo”, que Howard define como “o ato de utilizar a *internet* para fazer valer uma causa política que é difícil de fazer valer *offline*” (2011: 145).

Ainda assim, Khondker (2011: 678) sublinha que “os novos *media* são uma ferramenta, um meio e não o fim de um movimento social”. Por isso, não obstante a importância dos *media* sociais nos movimentos em países do Médio Oriente e do Norte de África, “o papel dos *media* convencionais, especialmente a televisão (ex: Al Jazeera), foi fundamental”, ao darem cobertura a esses movimentos. Tal como afirmam Arsenault e Castells (2006: 303), “para que as novas redes horizontais de comunicação, como a *internet*, possam ter um impacto significativo na maioria da população, precisam de ser retransmitidas pelos *media* de massas, como foi o caso da difusão das fotografias da tortura em Abu Ghraib”.

Khondker frisa que as revoluções nos países árabes aconteceram, essencialmente, devido a um conjunto de condições político-económicas⁵¹. As redes sociais funcionaram, aqui, apenas como um suporte, e não como um fator decisivo para que essas revoluções se iniciassem.

⁵⁰ Global Voices Advocacy (2011, 27 de abril). MENA journalists and cyber activists: in the line of fire. Acedido a 18 de março de 2013, no web site da Global Voices Advocacy: <http://advocacy.globalvoicesonline.org/2011/04/27/mena-journalists-cyber-activists-in-the-line-of-fire/>

⁵¹ *Idem*.

2.8. A importância das agências de notícias num mercado global

Uma primeira análise impressionante às peças em análise mais à frente neste trabalho indicou que muitas delas eram provenientes de agências de notícias. Por isso, importa perceber o papel das agências na produção noticiosa contemporânea, assim como a sua articulação com o fenómeno da globalização.

Bielsa (2008: 349) afirma que as agências de notícias globais “recolhem, processam e transmitem notícias a instituições subscritoras em todo o mundo”. O autor recorda que as agências de notícias globais “não só são as organizações globais com a maior infra-estrutura para a recolha de notícias” mas, também, um agente importante no processamento e na transmissão de informação, “caso queiramos compreender totalmente o seu papel-chave, mas muitas vezes escondido, no mercado de notícias global”. As agências de notícias alimentam os órgãos de informação, não apenas em quantidade, mas, também, em qualidade, servindo-se das novas tecnologias:

As agências de notícias produzem informação em bruto, mas também peças mais elaboradas de notícias, análises e comentários prontos a serem publicados, os quais as organizações de notícias subscritoras podem, livremente, reproduzir, na totalidade ou em parte, introduzindo quaisquer alterações ou reformulações que considerem necessárias, sem sequer reconhecerem a fonte. Desde a sua criação, as agências de notícias têm investido, fortemente, em tecnologia para assegurar uma cada vez mais rápida transmissão de notícias⁵².

O autor recorda os processos de concentração, desregulação, privatização e comercialização nas indústrias de *media*, que fizeram com que o número de organizações que recolhem material noticioso em bruto tenha permanecido bastante limitado. Como resultado dessa realidade, o poder das agências foi crescendo cada vez mais, “num contexto em que a lógica comercial predomina e já não é sustentável para muitas organizações de notícias obterem as suas próprias fontes”⁵³.

⁵² *Idem.*

⁵³ *Idem.*

Bielsa afirma, neste sentido, que o aumento da importância das agências de notícias tem as suas consequências na própria definição da maneira como o jornalismo é praticado no mundo:

As agências de notícias não só espalharam o modelo de media ocidental e os valores noticiosos da imparcialidade, da objetividade e da neutralidade no globo, como também moldaram o conteúdo das notícias, seja indiretamente, através da imposição daquilo que é considerado como sendo noticiável, a que áreas é dada prioridade ou por que ângulos os acontecimentos são retratados (os seus vastos poderes de agenda-setting); ou diretamente, através do fornecimento de produtos jornalísticos aos seus subscritores⁵⁴.

Bielsa (2008: 356) sublinha que, à semelhança do papel desempenhado pelo telégrafo no século XIX, as agências de notícias foram “não só utilizadoras importantes das novas tecnologias” mas, também, agentes determinantes na “definição da globalização contemporânea”.

Nesse sentido, o autor afirma que as agências continuam a ser “as organizações mais importantes no campo das notícias globais”, não obstante os espaços mediáticos abertos pela *internet*. Além disso, através da produção de fotografias e vídeos, as agências estabeleceram-se, igualmente, como “fontes-chave” na circulação global de imagens⁵⁵.

No caso específico do ciberjornalismo, Natalie Fenton (2010: 9) afirma que os jornais *online* apresentam pouco material original, confiando no espectro limitado de notícias que as agências disponibilizam.

As principais agências de notícias europeias são a Reuters, a Agence France-Presse e a EFE. Nos EUA, encontramos a Associated Press. Em Portugal, a Lusa serve os diferentes órgãos de comunicação social.

⁵⁴ *Idem.*

⁵⁵ *Ibidem*, p. 364.

2.9. As manifestações de 15 de setembro, 13 de outubro e 14 de novembro de 2011

A 3 de maio de 2011, o primeiro-ministro demissionário de Portugal, José Sócrates, anunciava um acordo com a “troika”, composta pelo Banco Central Europeu, o Fundo Monetário Internacional e a Comunidade Europeia, para a obtenção de ajuda internacional ao país, através de um memorando de entendimento. Desde a eleição de Pedro Passos Coelho como primeiro-ministro, a 21 de junho de 2011, esse mesmo memorando tem vindo a sofrer diversas revisões, que acarretam consigo novas medidas económicas de austeridade, traduzidas numa enorme carga fiscal sobre os rendimentos individuais.

Assim que as medidas de austeridade foram sendo anunciadas, foi crescendo o descontentamento entre a população, com ecos na *internet*. Em agosto de 2011, surge, no Facebook, o movimento “Que se lixe a troika! Queremos as nossas vidas!”, que viria a ser responsável pela primeira grande manifestação em análise neste trabalho: a de 15 de setembro.

Com convocatória nas redes sociais, essa manifestação, inicialmente organizada em Lisboa, acabaria por ser acolhida também noutras cidades do país, assim como pelos portugueses presentes em Fortaleza, no Brasil, em Berlim, Barcelona, Bruxelas, Paris e Londres. Vista como a maior desde o 25 de Abril, esta manifestação terá contado com 50 mil pessoas em Lisboa, desde a Praça José Fontana até à Praça de Espanha, e com centenas de milhar noutros pontos do país. Realizada numa altura em que o Governo preparava uma subida da Taxa Social Única, esta manifestação, de grande envergadura, terá contribuído, decisivamente, para o abandono dessa medida.

Quanto às manifestações de 13 de outubro, estas tiveram a particularidade de terem sido revestidas de um carácter cultural, com dezenas de artistas em Lisboa, no Porto, mas, também, noutras cidades, como Beja, Faro, Coimbra ou Braga, a realizarem espetáculos e concertos ao vivo. A iniciativa, mais uma vez, convocada pelo protesto “Que se lixe a troika! Queremos as nossas vidas”, reuniu milhares de manifestantes na Praça de Espanha, em Lisboa, e serviu, também, para os artistas vestirem a pele de cidadãos e criticarem as medidas governamentais.

Por último, as manifestações de 14 de novembro distinguiram-se por terem sido realizadas em conjunto com outros protestos e greves pela Europa fora. Em Portugal,

havia sido marcada, para o mesmo dia, uma greve geral pela CGTP, que Arménio Carlos, líder da central intersindical, classificou como “uma das maiores greves gerais de sempre”⁵⁶.

⁵⁶ In http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/cgtp_quotesta_eacute_uma_das_maiores_greves_gerais_de_semprequot.html

2.9.1. Características típicas da cobertura mediática de ações de protesto

Dois dias antes das manifestações de 14 de novembro, a chanceler alemã, Angela Merkel, visitou Lisboa. Na capital, juntaram-se centenas de manifestantes, empenhados em manifestar o seu descontentamento com a presença da alemã e com a sua influência sobre as políticas do país. Estes protestos tiveram um efeito catalisador sobre as manifestações de 14 de novembro, que resultariam em confrontos entre manifestantes e a polícia em frente à Assembleia da República, em Lisboa, e numa carga policial que geraria muita polémica. Estes incidentes mudariam, totalmente, a intensidade da cobertura mediática do evento, ao configurarem uma situação de conflito entre duas partes bem distintas – manifestantes e polícia – que, numa lógica jornalística, se sobrepõe aos motivos que enformaram os protestos.

O conflito funciona como um íman da atenção mediática. Tal como afirma Vreese (2012: 369), numa perspetiva sustentada em diversos autores, “os *media* tendem a focar-se em histórias onde haja conflito – onde dois lados podem ser colocados um contra o outro”. A presença de conflito, segundo o autor, é essencial para que a história seja noticiada, “não apenas porque ‘vende’ mas também para cumprir com os padrões profissionais de uma reportagem equilibrada”. Dardis (2006: 120) afirma que a violência e o crime como foco na cobertura de manifestações servem, muitas vezes, para fazer com que os protestantes pareçam mais desviantes e em conflito com a sociedade, “enquanto se evitam os assuntos filosóficos em debate”.

Smith *et al* (2001: 1401) identificam duas maneiras distintas de os *media* cobrirem ações de protesto: a *selection bias* (“seleção tendenciosa”) e a *description bias* (“descrição tendenciosa”). A primeira tem que ver com a escolha dos *gatekeepers* (editores, neste caso) dos protestos que, de entre vários que poderiam ser noticiados, são escolhidos para a cobertura. Trata-se de um processo que diz respeito ao próprio *agenda-setting* dos *media*: com a exceção do tamanho, independentemente dos objetivos e do *timing* dos protestos, a agenda do meio estará, sempre, relacionada com a cobertura ou não desses eventos. Uma vez focados num evento, os *media* poderão desenvolver “ciclos de atenção” sobre esse assunto durante vários dias. Esse evento terá grandes possibilidades de ser noticiado se puder ser utilizado para ilustrar um assunto com o qual os *media* já estejam ocupados. Por isso, os organizadores de movimentos

sociais devem não só preocupar-se em juntar um grande número de pessoas e em desenvolverem ações coletivas mas, também, em perceber “como o seu assunto pode ser ligado aos ciclos de assunto mediáticos em curso e às rotinas de produção de notícias”.

A *description bias*, por seu turno, tem que ver com a maneira como esse evento é retratado pelos *media*. Tal como explicam os autores, assume-se que “os *media* constroem interpretações dos eventos de protesto que diferem tanto dos objetivos dos protestantes como das interpretações dos seus observadores”⁵⁷. Esta representação mediática ajuda a enformar os processos de *agenda building*, que os autores entendem como a maneira como os assuntos são interpretados pelos *mass media*.

Os autores referem que, logo que o protesto recebe atenção mediática, “os protestantes muitas vezes acusam os *media* de não retratarem as suas causas tal como gostariam”⁵⁸. Compreender as preocupações dos manifestantes assume, assim, uma importância secundária para os *media*. Esta situação poderá ter que ver, segundo os autores, com os próprios *gatekeepers*, “cujas motivações, rotinas e interesses profissionais tendem a apoiar o status quo” ou, então, com a incapacidade dos organizadores de movimentos sociais em se esforçarem no sentido de se tornarem “de tal maneira familiares com as rotinas de produção de notícias que possam desenvolver estratégias que envolvam, efetivamente, os *media*”.

Por outro lado, tal como referem os autores, as rotinas mediáticas e o *gatekeeping* fazem com que acontecimentos como detenções e violência atraiam uma maior cobertura episódica, por serem considerados noticiáveis. Além disso, “detenções e violência também assinalam alguma controvérsia social, que os repórteres e editores muitas vezes procuram nas suas rotinas de reportagem diárias”⁵⁹. Os autores sublinham que, apesar da aposta em atividades extraordinárias ou dramáticas por parte dos manifestantes, a atenção que os *media* lhes prestam poderá contribuir menos para os seus objetivos políticos do que o previsto, devido ao fraco conhecimento dos jornalistas sobre o assunto e às preocupações financeiras dos *gatekeepers*⁶⁰.

Por estes motivos, ainda que a manifestação de 15 de setembro tenha funcionado como rastilho para aquelas que se lhe seguiram, os protestos de 14 de novembro

⁵⁷ *Idem*.

⁵⁸ *Idem*.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 1405.

⁶⁰ *Ibidem*, p. 1406.

revestiram-se de uma carga mediática que conferiram ao evento um dramatismo inesperado.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1. Análise de conteúdo: assinatura e extensão das peças, peças completas e incompletas, gêneros jornalísticos, fontes, enquadramento, narrador, tom, relação com narrativas multimídia, *story branding* e *story placing*

A componente de investigação deste relatório de estágio prende-se numa comparação entre o *Dinheiro Vivo*, o *Jornal de Negócios* e o *Diário Económico*, os três nas suas versões digitais, no sentido de tentar responder à questão por mim colocada: terá a natureza do *Dinheiro Vivo* como jornal *online* influenciado a qualidade do seu trabalho em comparação com o dos seus concorrentes, também presentes no papel?

A minha impressão anterior à realização de qualquer análise foi de que o *Dinheiro Vivo* terá sido, de entre os três títulos em causa, aquele que maior atenção deu às manifestações aqui focadas, através, sobretudo, de um maior volume de peças.

Para realizar o meu trabalho, procedi a uma análise de conteúdo, que se debruçou sobre o período de três meses compreendido entre o dia 15 de setembro de 2012 e o dia 15 de dezembro do mesmo ano.

Na minha investigação, decidi considerar, apenas, as peças que dissessem respeito à cobertura das manifestações, e não somente a referências de agenda a esses eventos, com o intuito de aferir a atenção dada por cada um dos periódicos a esses mesmos acontecimentos.

Para realizar a análise, utilizei um *corpus* de 45 artigos. O *corpus* foi definido, não por um critério subjetivo, mas porque foi esta a soma de peças informativas dos três jornais relativas às manifestações analisadas.

Analisei os gêneros jornalísticos presentes nas peças de cada um dos jornais. O objetivo foi de perceber se houve diversidade de gêneros, com a inclusão de reportagens, artigos de opinião e minutos-a-minuto, acrescentando qualidade ao trabalho jornalístico, ou se os jornais se limitaram a redigir notícias. Considerei, também, se as peças foram, ou não, assinadas.

No caso das peças assinadas, observei se foram redigidas com ou sem recurso a agência, e, no caso das peças não assinadas, se foram redigidas pelo jornal ou se

provieram de agência. Este ponto da análise pretendia funcionar como mais um passo no sentido de avaliar qualitativamente o trabalho de cada um dos jornais.

Analisei, também, a extensão das peças, classificando-as em três categorias: peça curta (até 1500 caracteres), peça média (entre 1500 e 2500 caracteres) e peça longa (mais de 2500 caracteres). O objetivo foi de tentar perceber a estratégia dos jornais: se apostaram mais em peças mais curtas ou mais longas, o que deveria estar interligado com os próprios géneros jornalísticos apresentados.

Observei, também, em que secção cada um dos jornais colocou as suas peças, no sentido de perceber se todas foram consideradas como matéria económica ou se também foram vistas de uma perspetiva política. Tive em conta que tanto o *Dinheiro Vivo* como o *Jornal de Negócios* incluem, dentro da secção “Economia”, uma subsecção chamada “Política”, enquanto o *Diário Económico* apresenta uma secção “Economia” e uma secção separada denominada de “Política”. Para efeitos de análise, apesar de o *Jornal de Negócios* ser o único jornal que apresenta uma secção “Opinião”, considerei os artigos de opinião dos três títulos como estando localizados num espaço com o mesmo nome.

As vozes incluídas nas peças foram, também, objeto de análise, com o objetivo de perceber se o jornalista tentou ouvir poucos ou muitos dos protagonistas dos eventos.

Procedi, também, ao levantamento da quantidade de peças completas e incompletas do *Jornal de Negócios* e do *Diário Económico*. Sabendo, à partida, que o *Dinheiro Vivo*, como jornal *online* que não cobra pelo acesso a conteúdos, disponibiliza as suas peças na íntegra, o objetivo foi de perceber até que ponto os outros dois títulos tentaram aproveitar o *online* para, através da apresentação parcial dos textos, atrair leitores para o papel.

No caso da análise das vozes e dos tipos de narrador presentes nos textos, resolvi ter em conta, apenas, os textos produzidos pelos próprios jornais, ignorando os de agência, por considerar que, desta maneira, seria possível apurar de maneira mais rigorosa os moldes do trabalho realizado por cada um dos títulos. A presença de narradores internos valoriza as peças, uma vez que prova que o jornal, ou o jornalista, que as assinou, esteve, de facto, no local.

Com base nas ideias presentes no capítulo deste trabalho relativo à contextualização teórica, procedi à análise dos tipos de enquadramento utilizados na produção das peças. Baseando-me na teoria anteriormente explicitada, entendi como enquadramento noticioso aquele em que a redação da peça é determinada pelo ângulo de notícia do jornalista e por enquadramento interpretativo aquele em que o jornalista,

praticamente, se ausenta de uma abordagem própria no texto, dando primazia às vozes. O objetivo foi de perceber o grau de envolvimento do jornalista com o ambiente da história. O mesmo foi aplicado à definição do narrador como interno ou externo nos textos analisados.

Procedi, também, à identificação do tema/*story branding* das peças, no sentido de tentar perceber o enquadramento temático que os jornalistas deram à informação.

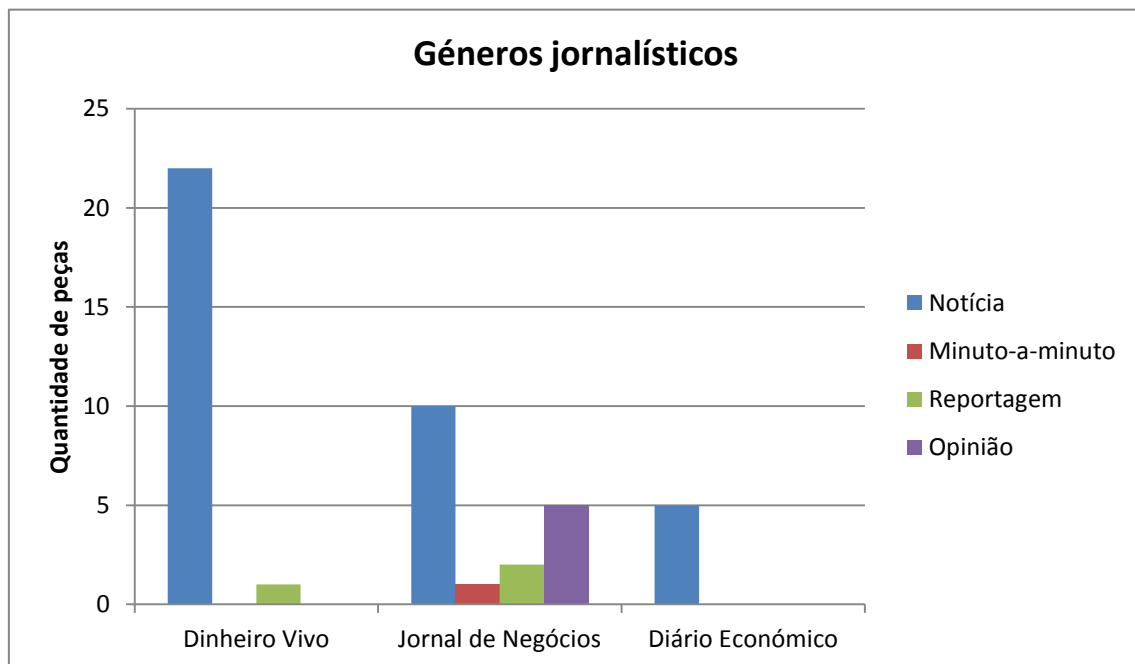
Devido às características próprias do meio *online*, analisei, igualmente, a produção de fotogalerias ou *slideshows*, vídeos e áudio por parte de cada um dos títulos. Uma vez que nenhum destes conteúdos foi introduzido no texto, encontrando-se, ao invés, em peças à parte, decidi quantificar as relações com narrativas multimédia que cada peça informativa teve, verificando se certos temas tiveram correspondência com conteúdos multimédia.

O tom – positivo, negativo e neutro – também foi analisado, entendendo-se como tom positivo aquele em que o texto se tenha mostrado favorável à causa das manifestações, como negativo aquele em que o texto tenha defendido o alvo das manifestações – o Governo nacional ou governos europeus – e como neutro aquele que não tenha denotado qualquer favorecimento de nenhum dos lados.

Os restantes pontos de análise - data das peças, a secção em que foram colocadas, o título, o autor, o *story placing* ou localização no espaço dos eventos e os protagonistas – não serão incluídos nos resultados, por considerar que estas categorias dizem respeito a informação acessória de forma, e não de conteúdo, pouco relevante para avaliar a qualidade da cobertura realizada pelos jornais. As tabelas presentes no ponto “Anexos” deste trabalho expõem os pormenores da análise.

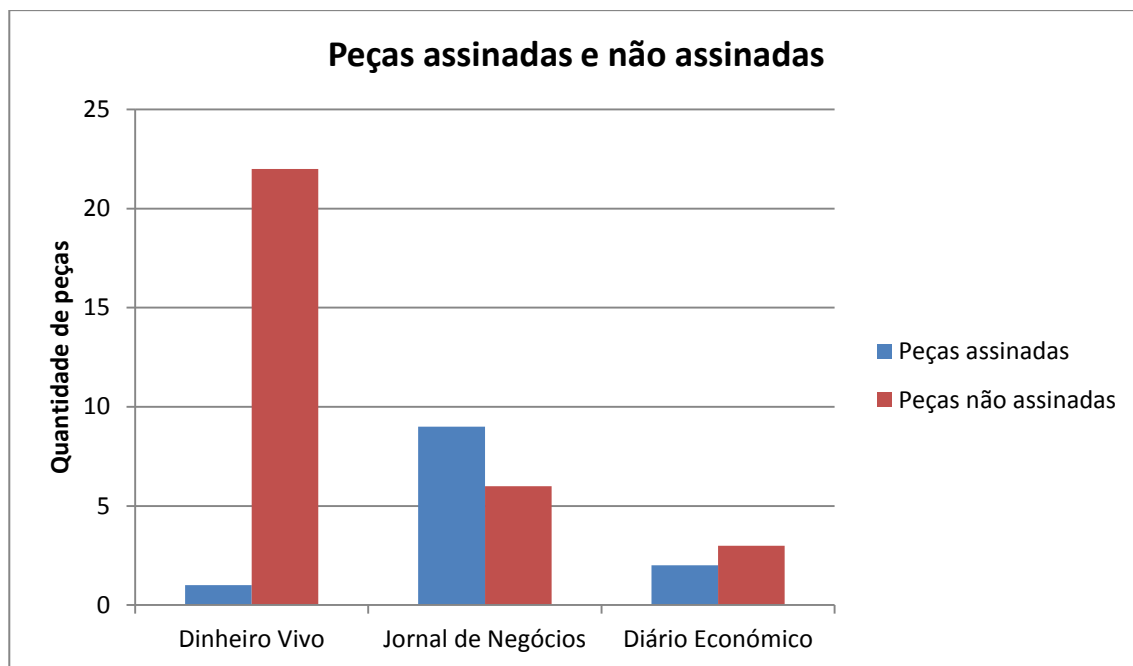
3.2. Resultados

O *Dinheiro Vivo* assumiu-se como o jornal com o maior número de peças (23), seguido de muito perto pelo *Jornal de Negócios* (17) e bastante afastado do *Diário Económico* (5).

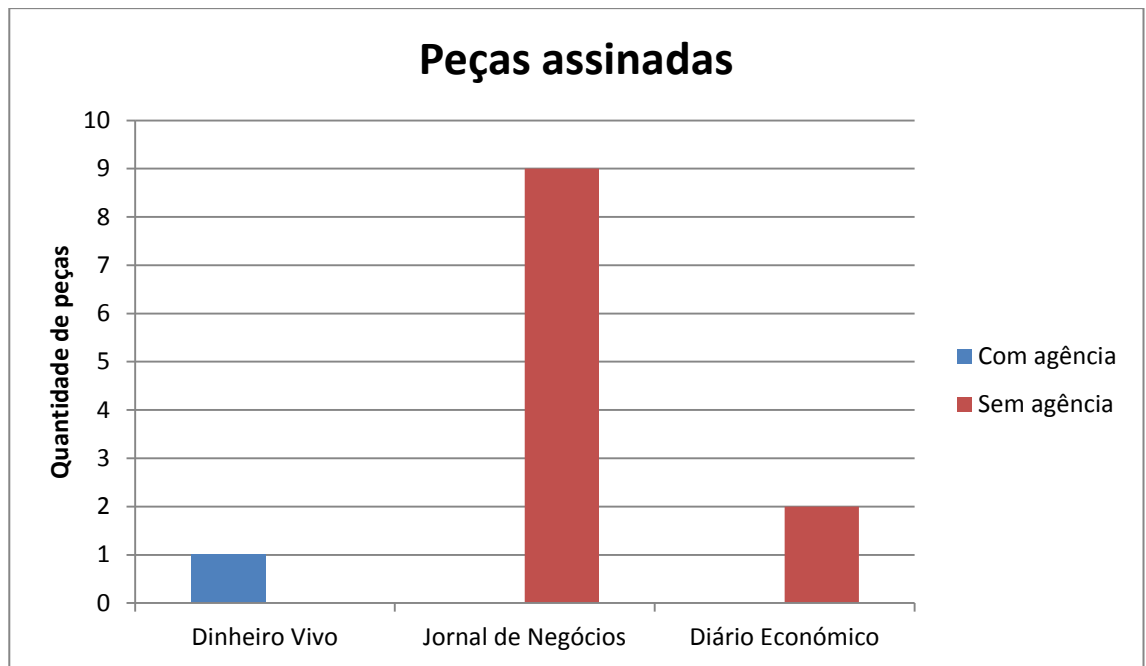


Relativamente aos géneros jornalísticos, o *Dinheiro Vivo* apresentou 22 notícias, uma reportagem e nenhum minuto-a-minuto ou artigo de opinião. O *Jornal de Negócios*, por sua vez, apresentou 10 notícias, um minuto-a-minuto, duas reportagens e 5 artigos de opinião. Por último, todas as 5 peças do *Diário Económico* foram notícias.

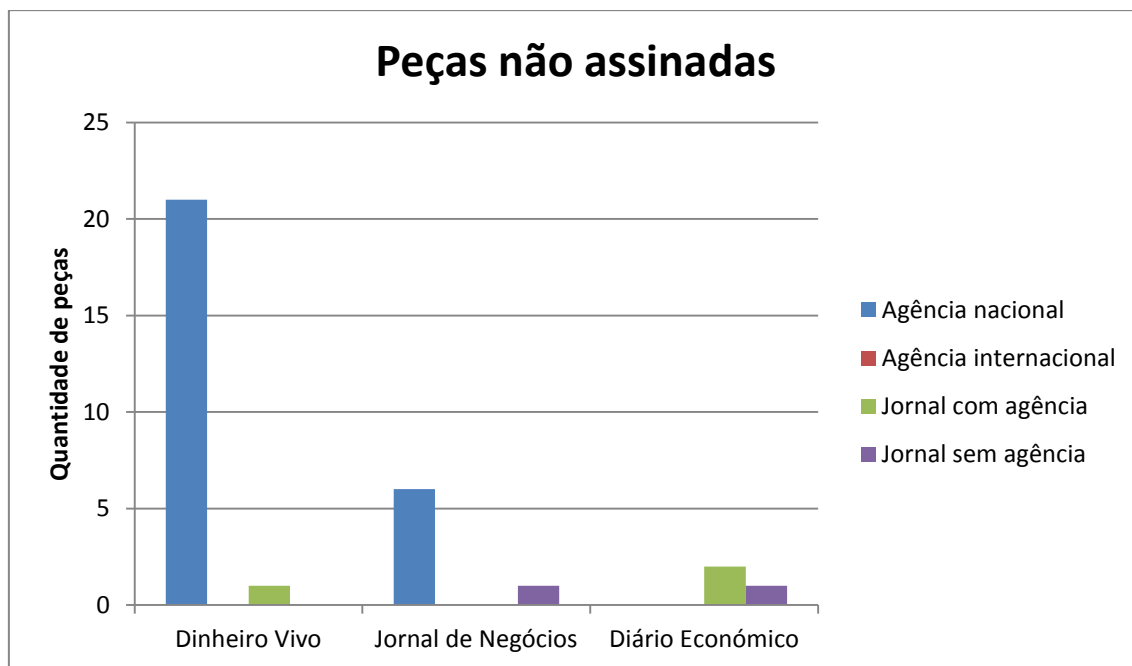
Observamos que, nos três jornais, o género que prevaleceu foi, claramente, a notícia: 22 no *Dinheiro Vivo*, 10 no *Jornal de Negócios* e 5 no *Diário Económico*. O *Dinheiro Vivo* assumiu-se, portanto, como o título que mais notícias publicou sobre as três manifestações em causa, observando-se, no geral, uma predominância da notícia nos três jornais. Outra conclusão que retiramos é de que o *Jornal de Negócios* foi o único jornal que apresentou peças de todos os tipos aqui em análise: notícia, minuto-a-minuto, reportagem e opinião.



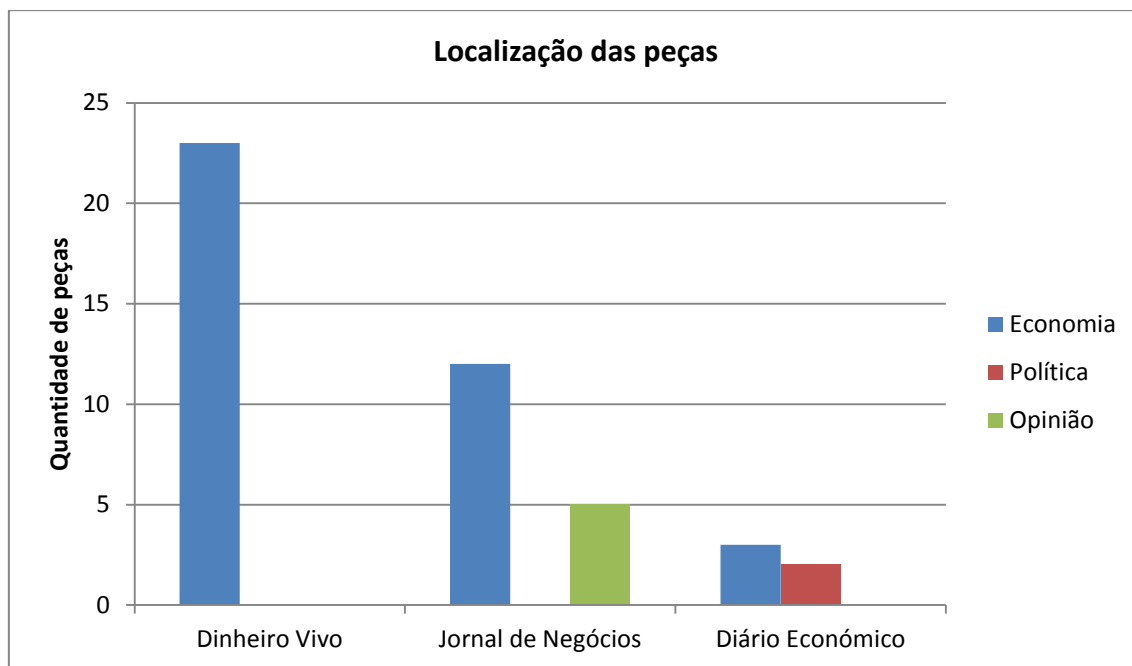
Verificamos, também, que o *Dinheiro Vivo* foi o jornal que apresentou o maior número de peças não assinadas (22) e o menor número de peças assinadas (apenas uma). No *Jornal de Negócios* existiu um maior equilíbrio, com 9 peças assinadas contra 6 peças não assinadas. O mesmo equilíbrio que encontramos no *Diário Económico*, que apresentou duas peças assinadas contra 3 não assinadas.



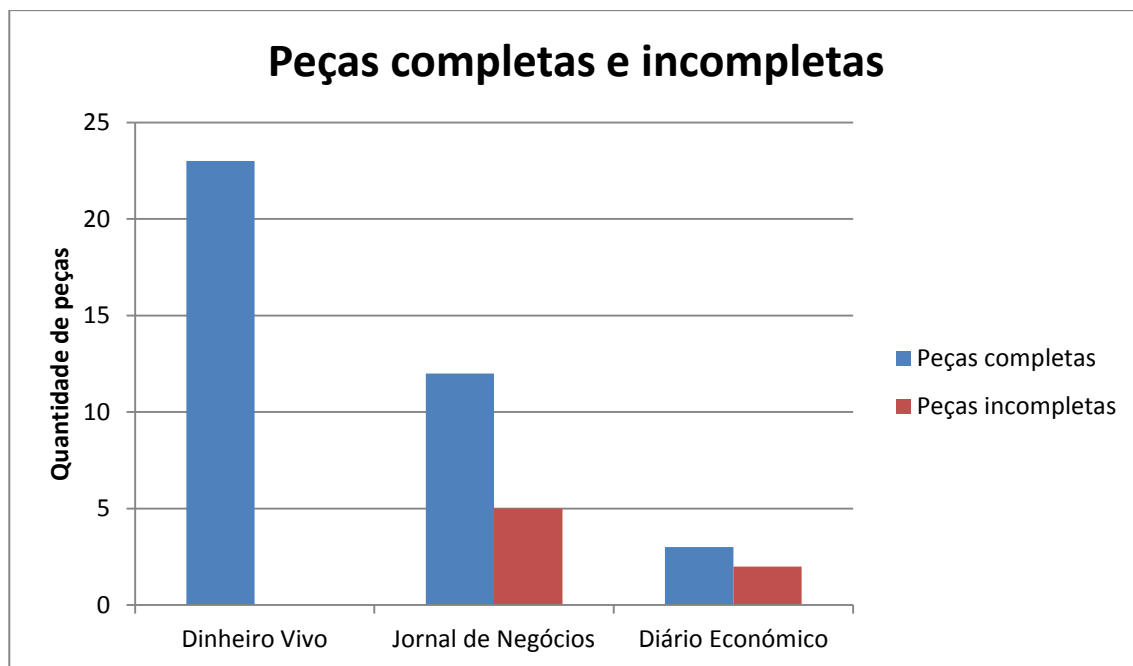
No que diz respeito às peças assinadas, verificamos que a única que o *Dinheiro Vivo* apresentou foi realizada com recurso a agência. No caso do *Jornal de Negócios*, todas as 9 peças assinadas foram elaboradas pelo jornal sem recurso a agências. Por último, o *Diário Económico* mimetiza o *Jornal de Negócios* e, num total de duas peças assinadas, todas foram produzidas pelo jornal sem apoio de agências.



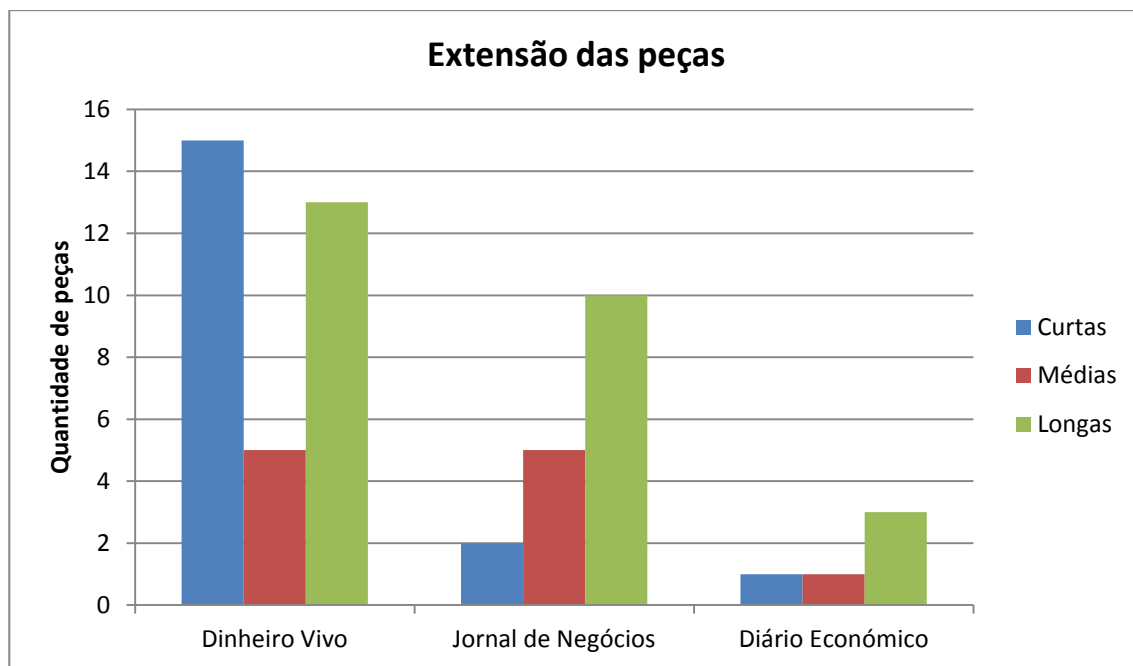
Relativamente às peças não assinadas, observamos que, no *Dinheiro Vivo*, 21 originaram de agência nacional, nenhuma de agência internacional e apenas uma foi produzida pelo jornal, e com o apoio de agência. Já no *Jornal de Negócios*, 6 peças provieram de agência nacional, nenhuma de agência internacional e apenas uma foi produzida próprio jornal, sem recurso a agência. Quanto ao *Diário Económico*, todas as peças não assinadas foram produzidas pelo jornal, com duas em três a serem realizadas com recurso a agência. Observamos, também, que o *Diário Económico* foi o único, de entre os três títulos, a realizar produção própria das suas peças não assinadas, ainda que duas delas tenham contado com o suporte de agência.



Observamos, igualmente, que o *Dinheiro Vivo* publicou todas as suas 23 peças na secção “Economia”. O *Jornal de Negócios*, por sua vez, publicou 12 peças na secção “Economia”, 5 na secção “Opinião” (justamente, os artigos de opinião) e nenhum na secção “Política”. Finalmente, o *Diário Económico* publicou 3 peças na secção “Economia”, duas na secção “Política” e nenhuma na secção “Opinião”. O *Económico* foi, mesmo, o único de entre os três jornais a colocar uma notícia na secção relativa aos assuntos políticos.

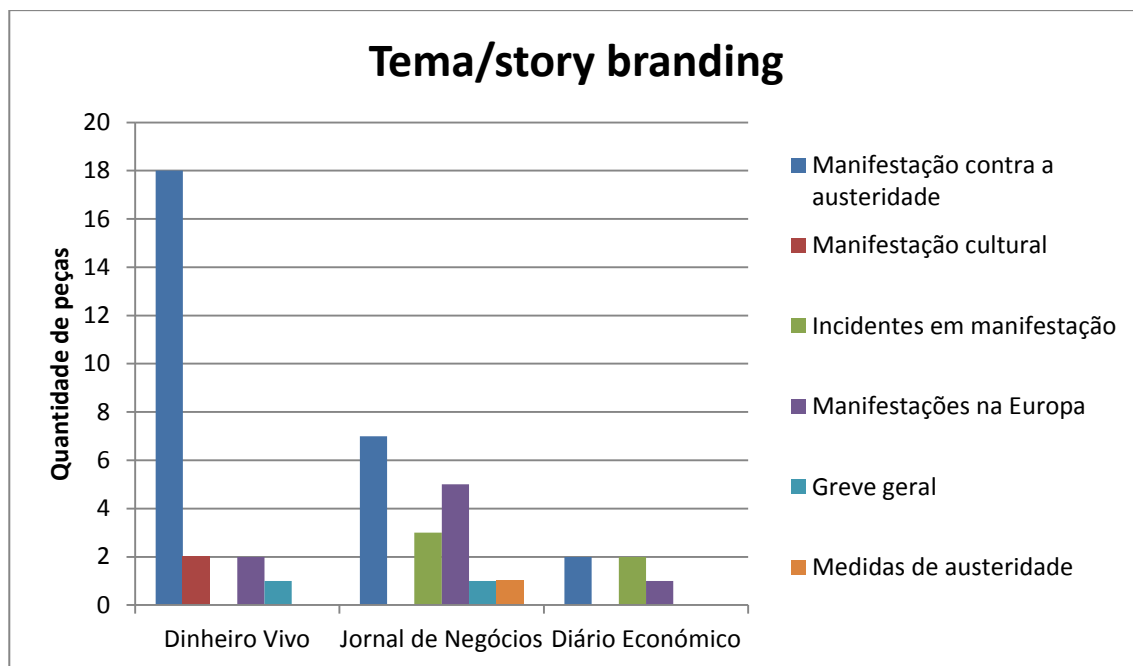


No que diz respeito à quantidade de peças completas e de peças incompletas – isto é, aquelas que, para serem lidas na totalidade, exigem assinatura ou compra da edição em papel -, observamos que o *Dinheiro Vivo* apresentou todas os seus 23 textos na íntegra. O *Jornal de Negócios*, por seu turno, apresentou 12 peças completas e 5 incompletas. Por último, o *Diário Económico* apresentou 3 peças completas e duas peças incompletas. Concluímos, perante estes resultados, que as peças completas prevaleceram sobre as incompletas nos três jornais. Se, no caso do *Dinheiro Vivo*, é natural que assim tenha sido, devido à natureza *online* do jornal, sem política de cobrança de conteúdos, já no caso do *Jornal de Negócios* e do *Diário Económico* percebemos que o aproveitamento de alguns artigos para o papel não impediu a predominância dos textos gratuitos.



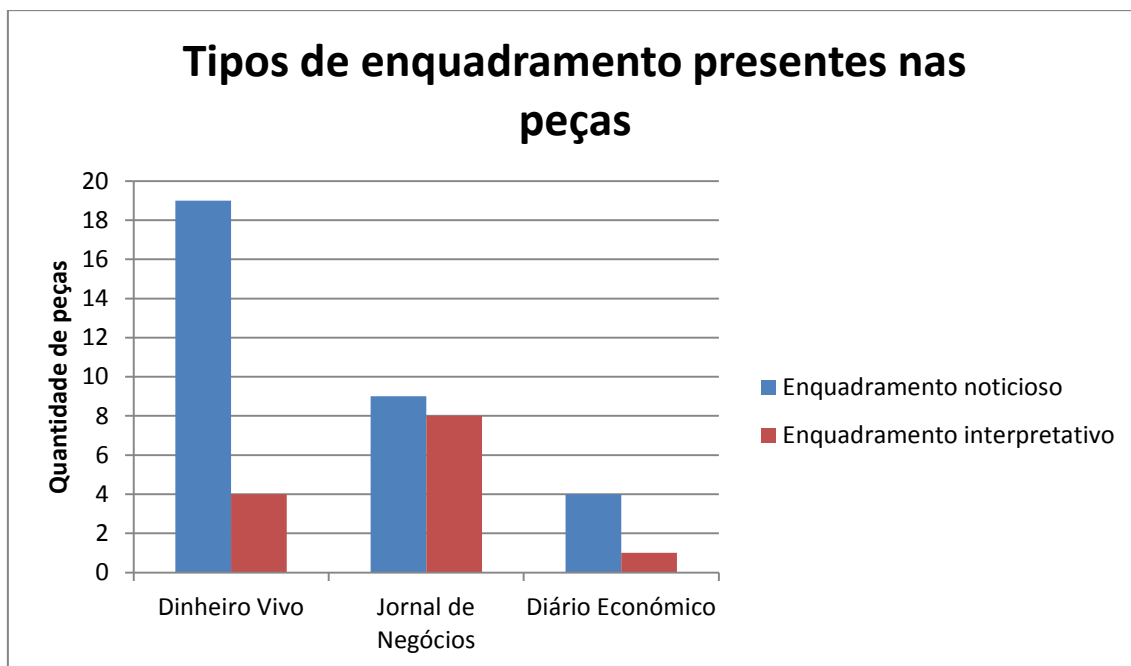
Relativamente à extensão das peças, observamos que o *Dinheiro Vivo* apresentou 15 peças curtas, 5 peças médias e 13 peças longas. No caso do *Jornal de Negócios*, foram produzidas duas peças curtas, 5 peças médias e 10 peças longas. Por fim, o *Diário Económico* redigiu 3 peças longas, uma curta e uma média.

Concluimos que o *Jornal de Negócios* foi o jornal que mais investiu em peças longas e médias, remetendo para um número ínfimo o das peças curtas. Realidade diferente da do *Dinheiro Vivo*, que, ainda que tenha apostado num número de peças longas superior ao do *Jornal de Negócios*, perde, em termos de equilíbrio, por se ter dedicado, predominantemente, às peças curtas - cerca de sete vezes mais do que o seu concorrente. Estes dados, confrontados com o reduzido número de peças assinadas, transparecem a ideia de que o *Dinheiro Vivo* se esforçou, essencialmente, em produzir um grande caudal de informação. É interessante observar, também, que o *Diário Económico*, com muito menos peças do que os seus concorrentes, preferiu as mais longas, porventura para compensar essa inferioridade no número de textos.



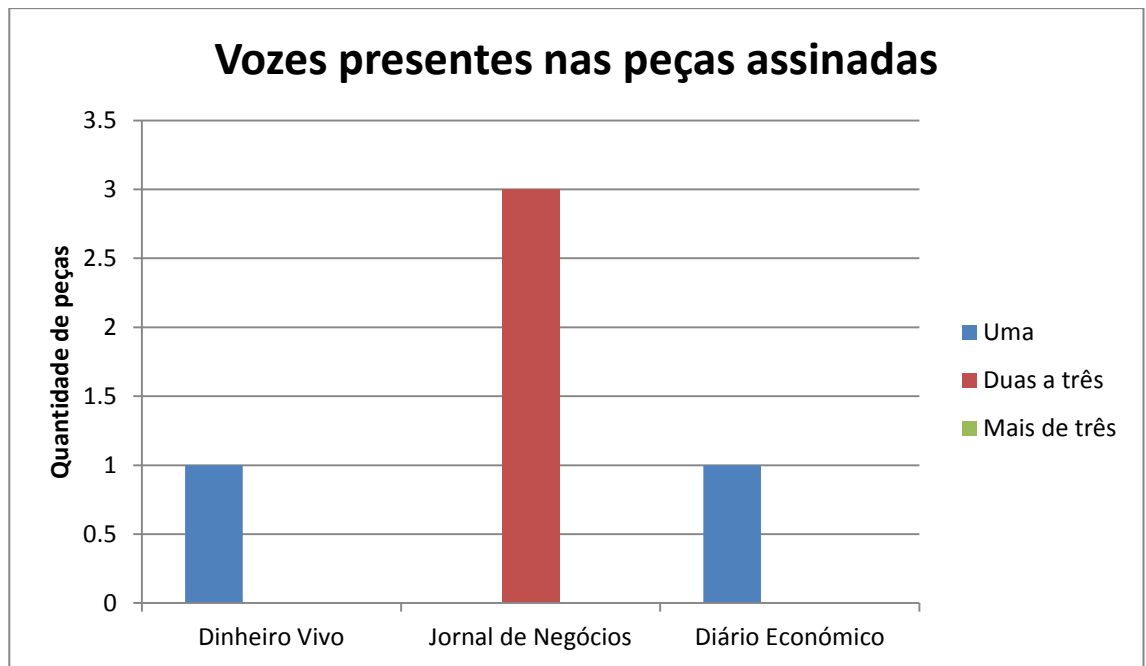
Em relação aos temas presentes nas peças, o da “Manifestação contra a austeridade” imperou no *Dinheiro Vivo*, com 18 textos a dizerem respeito a essa temática, contra 2 relativos à “Manifestação cultural”, outros 2 às “Manifestações na Europa” e um relativo à “Greve geral”. No *Jornal de Negócios*, também o tema “Manifestação contra a austeridade” foi predominante, com 7 peças a ele dedicadas, contra 3 relativas a “Incidentes em manifestação”, 7 relativas às “Manifestações na Europa”, uma relativa à “Greve geral” e outra às “Medidas de austeridade”. Quanto ao *Diário Económico*, encontramos duas peças sob o tema “Manifestação contra a austeridade” e outras duas dedicadas aos “Incidentes em manifestação”, acompanhadas por uma peça dedicadas às “Manifestações na Europa”. Observamos, também que nenhuma peça teve como tema “Manifestação cultural”, o mesmo tendo acontecido com o *Diário Económico*, percebendo-se, assim, que o *Dinheiro Vivo* foi o único dos três jornais a dar atenção a esse tema.

Numa análise global, verificamos que o *Dinheiro Vivo* apresentou um caudal muito superior de peças sob o tema “Manifestações contra a austeridade”, mesmo em relação aos seus concorrentes, situação que poderá ser explicada pelo maior recurso a textos de agência.



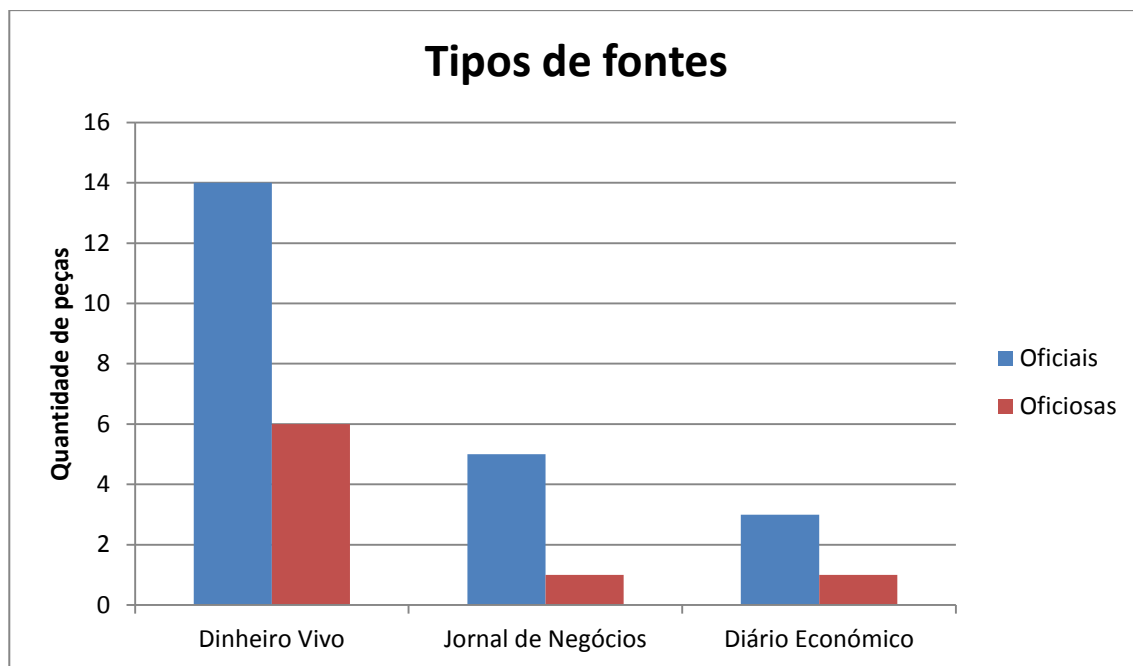
Numa análise aos tipos de enquadramento presentes nas peças dos diferentes jornais, observamos que o *Dinheiro Vivo* apresentou 19 peças com enquadramento noticioso contra apenas 4 com enquadramento interpretativo. No que diz respeito ao *Jornal de Negócios*, encontramos um equilíbrio entre os dois tipos de enquadramento, com 9 peças com enquadramento noticiosos contra 8 com enquadramento interpretativo. Quanto ao *Diário Económico*, 4 peças contaram com um enquadramento noticioso, contra apenas uma com enquadramento interpretativo.

Perante estes resultados, concluímos que o enquadramento noticioso predominou em todos os títulos, com especial preponderância no *Dinheiro Vivo*. No caso do *Jornal de Negócios*, o elevado número de peças com enquadramento interpretativo, num equilíbrio com o número de peças com enquadramento noticioso, explica-se, sobretudo, pela presença de 5 artigos de opinião; relembramos que nem o *Dinheiro Vivo* nem o *Diário Económico* produziram peças desse género. Por último, observamos que a única peça com enquadramento interpretativo do *Diário Económico* foi dominada, essencialmente, pelas vozes, com estas a definirem a abordagem à informação.



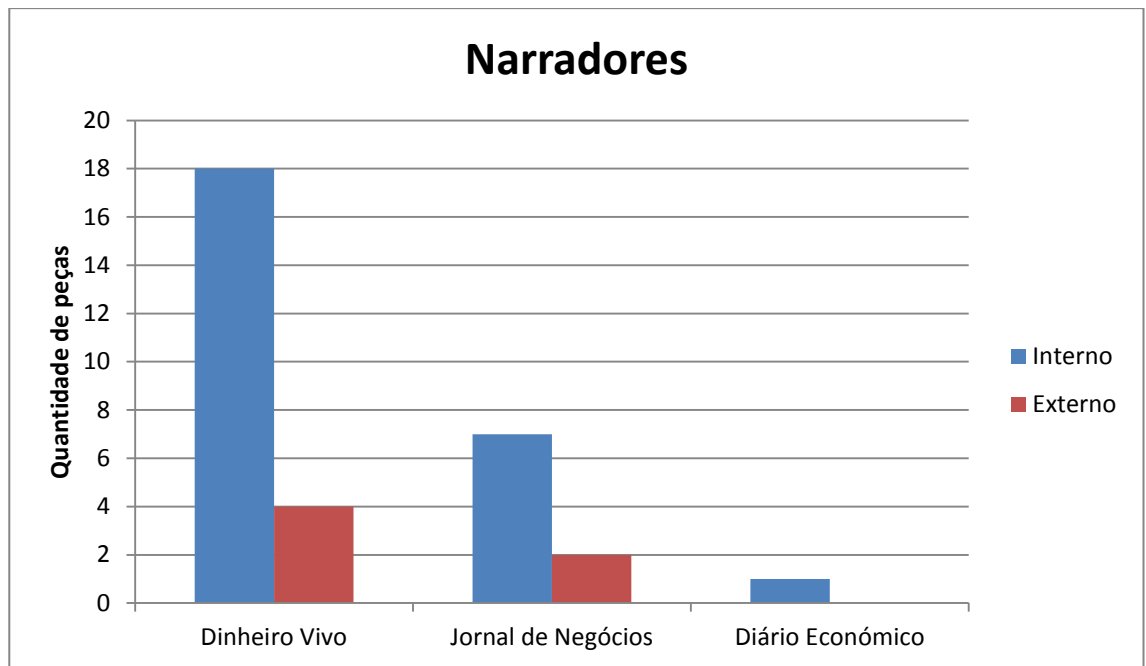
Quanto às vozes presentes nas peças assinadas, o *Dinheiro Vivo* apresentou apenas uma voz no seu único texto assinado. Já o *Jornal de Negócios* contou com duas a três vozes nas suas três peças assinadas. Por fim, o *Diário Económico*, tal como o *Dinheiro Vivo*, apresentou apenas uma voz na sua única peça assinada.

Percebemos, perante estes resultados, que o *Jornal de Negócios* foi o único título que apresentou duas a três vozes nos seus textos, e por três vezes. Foi, ainda, impossível apurar o número de vozes presentes em duas das peças assinadas do *Jornal de Negócios*, uma vez que as mesmas exigiam a assinatura do jornal para que pudessem ser acedidas. Ficamos, assim, sem saber se o *Jornal de Negócios* produziu alguma peça em que tenha ouvido apenas uma voz ou entre duas e três.



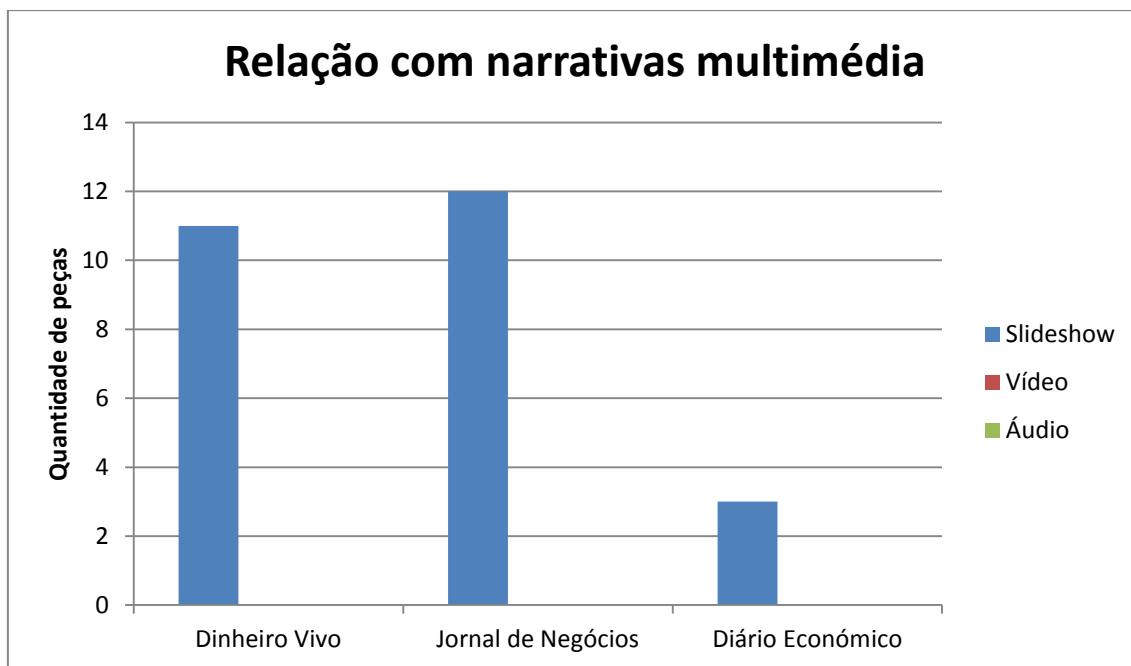
Numa análise aos tipos de fontes utilizados, observamos que o *Dinheiro Vivo* apresentou 14 peças com fontes oficiais e 6 com fontes oficiosas. Já o *Jornal de Negócios* apresentou 5 peças com fontes oficiais contra apenas uma com fontes oficiosas. Finalmente, o *Diário Económico* contou com fontes oficiais em 3 das suas peças, contra apenas uma com fontes oficiosas.

Concluímos, assim, que as fontes oficiais predominaram nas peças dos três títulos.

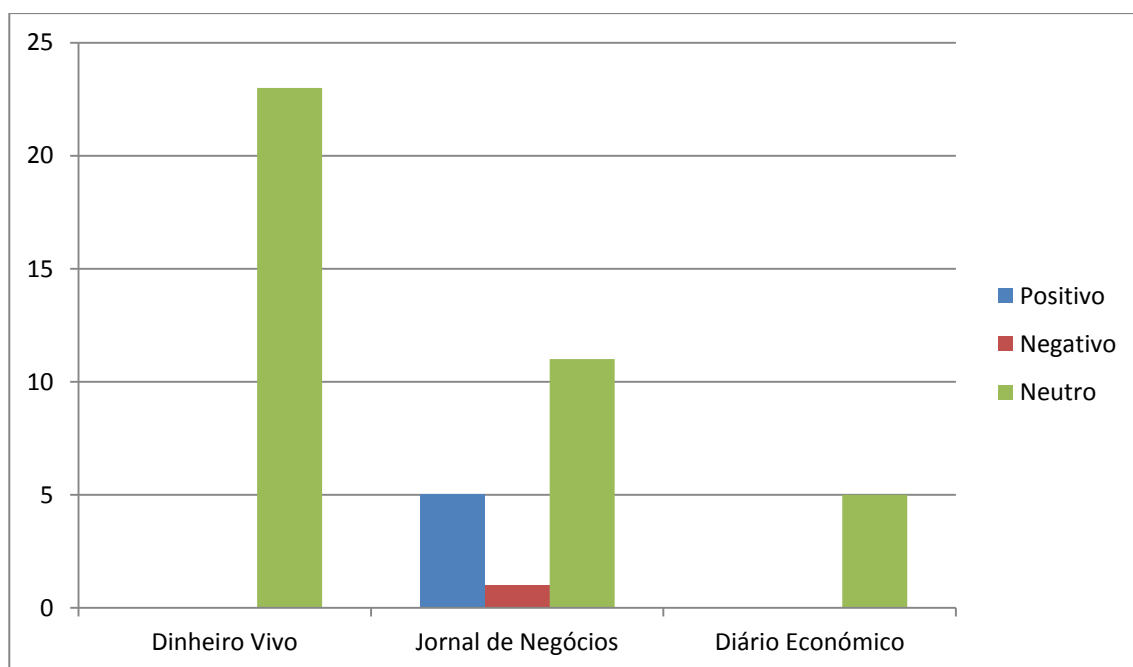


Relativamente ao narradores presentes nas peças assinadas, o *Dinheiro Vivo* apresentou 18 peças com narrador interno, contra apenas 4 com narrador externo. Por seu turno, o *Jornal de Negócios* contou com narrador interno em 7 das suas peças assinadas e com narrador externo em apenas duas. Por fim, a única peça assinada do *Diário Económico* incluiu um narrador interno.

Numa análise global a estes resultados, observamos que os narradores internos superaram os narradores externos nos três jornais.



Relativamente ao número de peças com ligação a narrativas multimédia, observamos que os três jornais apenas produziram *slideshows*: o *Jornal de Negócios* produziu 12, contra 10 do *Dinheiro Vivo* e 3 do *Diário Económico*. Observamos, assim que nenhum dos três jornais incluiu suportes de vídeo ou de áudio.



Relativamente ao tom das peças, observamos que o *Dinheiro Vivo* deu um tom neutro a todos os seus 23 textos. O *Jornal de Negócios*, por sua vez, deu um tom

positivo a 5 das suas peças e um tom negativo a um dos textos. As restantes 11 peças tiveram um tom neutro. Finalmente, o *Diário Económico* apresentou um tom neutro em todas as suas 4 peças, todas elas notícias.

Perante estes resultados, percebemos que, de entre as 5 peças com tom positivo do *Jornal de Negócios*, 4 disseram respeito a artigos de opinião, assim como a única peça com tom negativo. A restante peça com tom negativo tratou-se de uma reportagem. Concluímos, assim, que apenas as peças que envolveram um tratamento mais subjetivo por parte do jornalista, tal como é o caso dos artigos de opinião e das reportagens, se traduziram na adoção de um tom favorável ou desfavorável à causa dos manifestantes. Os textos concentrados apenas na informação essencial, as notícias, contaram com um tom neutro, tal como aconteceu com o *Diário Económico* e com o *Dinheiro Vivo*. Esta ideia sai reforçada no caso deste último, se tivermos em conta que, de entre as suas 23 peças com tom neutro, apenas uma não se tratou de uma notícia – a única reportagem redigida pelo jornal.

CONCLUSÃO

Perante os resultados da análise de conteúdo, percebemos que o *Jornal de Negócios* apresentou uma maior diversidade de gêneros jornalísticos nas suas peças de cobertura às manifestações, produzindo notícias, reportagens, artigos de opinião e, até, um minuto-a-minuto. Em oposição, tanto o *Dinheiro Vivo* como o *Diário Económico* cingiram-se à redação de notícias. Sinal positivo para o *Jornal de Negócios*, que, com cinco artigos de opinião, forneceu aos leitores uma ferramenta para pensarem e estruturarem a sua própria opinião sobre a informação. Porque é disso que se faz o verdadeiro jornalismo: não apenas da notícia mas, também, da construção de opinião, do olhar crítico, ponderado e sustentado sobre a atualidade.

Numa análise ao número de peças completas e incompletas nos três jornais, concluímos que a natureza do *Dinheiro Vivo* como jornal *online* foi determinante para que todas as peças tenham sido disponibilizadas na íntegra; ainda que fosse admissível que o jornal apresentasse apenas parte dos textos caso seguisse uma política de cobrança pelo acesso aos seus conteúdos. Mas, tal como alerta Fernando Zamith (2011: 12), “a vocação eminentemente livre e gratuita da Internet choca com os principais modelos de negócio que sustentaram os media tradicionais ao longo do século 20”. O autor explica que “as receitas de publicidade associadas ao jornalismo na Internet são ainda insuficientes”, ao mesmo tempo que “quase todas as experiências de acesso pago aos conteúdos jornalísticos online” têm fracassado.

A cobrança de conteúdos ajuda a explicar a maior diversidade de gêneros jornalísticos no *Jornal de Negócios*, que terá apostado nessa política por perceber que o *site* poderia ser utilizado como chamariz para o papel, através da publicação parcial de reportagens e artigos de opinião.

Outra conclusão a que chegamos é de que a informação de agência foi determinante para o *Dinheiro Vivo*: o jornal apresentou 22 peças não assinadas, contra 10 de *Jornal de Negócios* e *Diário Económico* combinados. Por outro lado, o *Dinheiro Vivo* apresentou um número de peças assinadas bastante inferior do que os seus concorrentes que, para mais, nunca recorreram à informação de agência. Fica, assim, demonstrada a importância que os textos de agência têm para um funcionamento de um jornal *online*, que valoriza, acima de tudo, a rapidez.

Por outro lado, a prevalência das notícias de agência no *Dinheiro Vivo*, mais do que em qualquer um dos seus concorrentes, assume-se como o resultado natural de uma prática acentuada de jornalismo “de secretária”. Uma só peça assinada num universo de 23 textos é o espelho deste jornalismo “de secretária”, assim como um número avassalador de notícias, em contraponto com a maior diversidade de géneros jornalísticos encontrada no *Jornal de Negócios*. Hélder Bastos (2013: 5) explica que, no ciberjornalismo em Portugal, “quase todo o trabalho, da recolha de dados ao contacto com as fontes de informação, é feito à secretária e computador”, com as idas ao terreno a tornarem-se “uma prática rara”. O autor acrescenta que não podemos esperar trabalhos de profundidade quando grande parte do tempo é dirigido para tarefas de “alto teor técnico de rotina e baixa densidade jornalística”⁶¹.

Segundo João Canavilhas (2009: 52), “a possibilidade de pesquisar na Internet sem sair da secretária permitiu ganhos assinaláveis de tempo, mas introduziu dois novos problemas: como otimizar a pesquisa num verdadeiro mar de informações e como assegurar a fiabilidade destas mesmas informações”.

Também Fernando Zamith (2011: 13) critica a prática do jornalismo “de secretária”, afirmando que a sua predominância no ciberjornalismo afeta a abrangência e a diversidade da prática jornalística, “por estar muito suportada na difusão e/ou reconstrução de notícias e informações produzidas a justante (por agências noticiosas, meios tradicionais do mesmo título/grupo, outros media e *press releases*)”. Assim, o autor questiona: “será isto verdadeiramente ciberjornalismo?”

A esta realidade de sedentarização não estará alheia uma interiorização de uma certa consciência dos ciberjornalistas, que valorizam, acima de tudo, “a instantaneidade, a partilha, o multimédia, a mobilidade (em termos de acessos e dispositivos), a monitorização permanente do comportamento das audiências” (Bastos, 2013: 10).

Observámos, igualmente, que todos os jornais deram o foco, em primazia, ao tema abrangente das “Manifestações contra a austeridade”, particularizando nalgumas peças, consoante se justificasse. Assim, em qualquer dos jornais analisados, concluímos que os textos foram construídos em torno do tema das manifestações. Mais do que nas motivações dos manifestantes, os jornais detiveram-se sobre o carácter de conflito dos eventos; uma prática corrente nos *media*. Ainda mais quando a manifestação de 14 de novembro em Lisboa resultou em confrontos entre manifestantes e a polícia.

⁶¹ *Ibidem*, p. 9.

Neste sentido, percebemos que os três jornais privilegiaram, nas suas narrativas, os confrontos, as palavras de ordem, o número de manifestantes, as operações policiais, em detrimento de uma maior contextualização dos eventos e da explicação das motivações dos manifestantes.

Outra realidade que pudemos constatar foi a da falta de convergência de formatos multimédia nos três jornais. Ainda que os três jornais tenham produzido fotogalerias, a verdade é que estas, em nenhuma ocasião, foram integradas num texto noticioso, tendo-se consagrado, antes, um espaço e um texto próprios de acompanhamento às fotogalerias. Esta situação, aliada à ausência de suportes vídeo e áudio, demonstra, de forma cabal, o quanto o ciberjornalismo português ainda deverá evoluir. Uma análise ao aproveitamento das potencialidades da *internet* pelos ciberjornais portugueses realizada por Fernando Zamith demonstra isso mesmo: “10 anos depois das primeiras experiências jornalísticas portuguesas na Internet, os ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional aproveitam menos de um quarto das potencialidades máximas do novo meio”. (2007: 44). Só no campo da interatividade, Portugal registava um atraso de oito anos em relação aos EUA.⁶²

Além disso, tal como demonstra uma análise de Hélder Bastos sobre os primeiros quinze anos de ciberjornalismo em Portugal (1995-2010) - há um “culto da instantaneidade” entre os ciberjornalistas, com muitos exercícios de *copy-paste* de notícias de agência (2011: 15). Desta maneira, tal como explica Bastos, a instantaneidade “sobrepõe-se à procura da (hiper)contextualização em profundidade e multimedialidade”, conduzindo, assim, a um subaproveitamento das características particulares da *internet*.⁶³ Ao mesmo tempo, “a generalização do *copy-paste* pouco espaço deixou para a reportagem multimédia que não fosse mera demonstração de habilidades rudimentares em *flash*”.

Observámos, também, que o recurso às fontes oficiais foi privilegiado pelos três jornais para a cobertura das manifestações. Num estudo sobre a perceção dos cidadãos sobre a credibilidade das fontes oficiais na informação televisiva, Miller e Kurpius (2010: 142) consideram que os representantes de organizações, negócios ou do Governo são elites, ao passo que indivíduos sem qualquer afiliação e que se representem a eles mesmos ou às suas comunidades são não-elites. Ora, o grupo “Que se lixe a troika”,

⁶² *Ibidem*, p. 50.

⁶³ *Ibidem*, p. 16.

responsável pela organização das manifestações analisadas neste trabalho, não dispõe de porta-vozes ou representantes oficiais. Desta maneira, torna-se mais difícil, para os *media*, auscultar os organizadores quanto aos motivos que levaram à convocação do evento. Por isso, os *media* delegam nas fontes oficiais a explicação do acontecimento. Trata-se de uma prática do jornalismo tradicional que, perante os resultados da análise de conteúdo, percebemos que também acontece no *online*.

Tal como afirmam Smith *et al* (2001: 1402), aquando da cobertura de eventos de protesto, os *media* preferem as fontes oficiais por serem “convenientes e prontamente disponíveis”, reduzindo, desta maneira, os custos de recolha de notícias. Além disso, as fontes oficiais “limitam os riscos de alienar as elites influentes”. Por outro lado, os modelos estruturais e ideológicos dos *media* favorecem uma preferência pelas fontes oficiais. Assim, a cobertura de eventos que envolvam interesses económicos tenderá a ser episódico, enquanto os assuntos menos controversos poderão atrair uma maior cobertura temática, que poderá favorecer os manifestantes e fazer com que os *media* utilizem os líderes dos movimentos para obter informação⁶⁴.

Por outro lado, tal como refere Carlson (2009: 532), o tipo de fontes a que o jornalista recorre define a notícia. Miller e Kurpius (2010: 144) afirmam que o tipo de fontes utilizados nas notícias poderá depender do tipo de história, consoante se trate de *hard news* – que envolvem desastres naturais, acontecimentos disruptivos, e, no geral, histórias que “apoiem a democracia” – ou de *soft news* – relativas a incidentes menores, mais sensacionais e menos relacionados com assuntos públicos. Assim, as fontes oficiais são privilegiadas nos assuntos tidos como mais importantes, as *hard news*, enquanto as *soft news* tendem a apresentar menos fontes desse tipo.

Afinal, terá a natureza do *Dinheiro Vivo* como jornal *online* influenciado a qualidade do seu trabalho em comparação com o dos seus concorrentes, também presentes no papel?

Concluimos que sim; a natureza *online* do jornal influenciou a qualidade da sua cobertura, de maneira negativa. No *Dinheiro Vivo*, mais do que à qualidade da cobertura, foi dada primazia à velocidade com que a informação era transmitida ao público; daí o recurso significativo a textos de agência. Esta situação ter-se-á devido ao facto de se tratar de um jornal *online*, em que, acima de tudo, é privilegiada a velocidade. Há, assim, menos tempo para escrever textos mais extensos e explorar

⁶⁴ *Ibidem*, p. 1406.

outros géneros jornalísticos, como a reportagem. No caso da cobertura do *Jornal de Negócios*, encontramos essa diversidade de géneros jornalísticos, mas também verificamos que muitos desses textos foram redigidos para o papel, aparecendo no *online* apenas parcialmente, de maneira a que os leitores se sentissem compelidos a comprar o jornal no dia seguinte. O trabalho de ambos os jornais deve, por isso, ser avaliado tendo em conta os diferentes meios para que cada um está direcionado: o *Dinheiro Vivo* para o *online* e o *Jornal de Negócios* para o papel.

Num balanço geral, concluímos que o *Jornal de Negócios* realizou uma melhor cobertura das manifestações de 15 de setembro, 13 de outubro e 14 de novembro de 2012. Apesar da quantidade de conteúdo produzido pelo *Dinheiro Vivo*, o *Jornal de Negócios* realizou uma cobertura mais variada em termos de géneros jornalísticos, sem que por isso tenha ficado atrás do concorrente em termos de volume. O *Diário Económico*, pela quantidade de peças muito inferior em relação aos seus concorrentes, assume-se como o jornal que realizou a cobertura mais fraca.

Ao *Dinheiro Vivo* coloca-se o desafio de equilibrar a quantidade e o imediatismo com um trabalho jornalístico mais diversificado, tanto em termos de géneros jornalísticos como no aproveitamento das potencialidades da *internet*, tal como se exige a um jornal *online* por natureza.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bastos, H. (2005). Ciberjornalismo e narrativa hipermédia. Acedido a 9 de fevereiro de 2013, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf>.
- Bastos, H. (2010). Ciberjornalistas portugueses: das práticas às questões de ética. Acedido a 9 de fevereiro de 2013, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalistas-portugueses.pdf>.
- Bastos, H. (2011). Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. Acedido a 9 de fevereiro de 2013, em <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57427/2/ActasConfibercom000148482.pdf>.
- Bastos, H. (2013). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Acedido a 9 de fevereiro de 2013, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>.
- Beaumont, P. (2011, 25 de fevereiro). The truth about Twitter, Facebook and the uprising in the Arab world. Acedido a 18 de fevereiro de 2013, no *website* do *The Guardian*: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya>.
- Bennett, W. L. (2003). New media power: the internet and global activism. Em: N. Couldry e J. Curran (eds.), *Contesting Media Power*, Rowman & Littlefield, United States of America.
- Bielsa, E. (2008). The pivotal role of news agencies in the context of globalization: a historical approach. Acedido a 17 de março de 2013, em <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-0374.2008.00199.x/pdf>.
- Bourdieu, P. (2005). *Sobre a Televisão*. 4ª edição, Celta Editora. Oeiras.
- Boykoff, J. (2006). Framing dissent: mass-media coverage of the global justice movement. *New Political Science*, Volume 28, number 2, 201-229.
- Buzzmedia.controlinveste.pt (2012). Dinheiro Vivo assinala 1º aniversário com edição especial. Acedido a 3 de fevereiro de 2013, em <http://buzzmedia.controlinveste.pt/noticias/476/dinheiro-vivo-assinala-1o-aniversario-com-edicao-especial>

- Buzzmedia.controlinveste.pt (2012), Mediakit Dinheiro Vivo, Controlinveste. Acedido a 3 de fevereiro de 2013, em <http://www.buzzmedia.controlinveste.pt/ferramentas/download/5>.
- Caldas, S. (2003). *Jornalismo Econômico* [Versão electrónica], Editora Contexto, São Paulo. Acedido a 2 de março de 2013, em <http://xa.yimg.com/kq/groups/19565067/293381990/name/jornalismo+economico%5B1%5D.pdf>.
- Canavilhas, J. (2005). Os jornalistas online em Portugal. Acedido a 11 de março de 2013, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>.
- Canavilhas, J. (2008). Cinco Ws e um H para o jornalismo na web. *Prisma.com*, nº 7: 153-172.
- Canavilhas, J. (2009). Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade. Em: Fidalgo e Marinho (org.) *Actas do Seminário “JORNALISMO: Mudanças na Profissão, Mudanças na Formação”*. Universidade do Minho (Braga): Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)
- Carlson, M. (2009). Dueling, dancing, or dominating? Journalists and their sources. *Sociology Compass*, 3/4: 526-542.
- Carvalho, C. A. (2009). O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo. Acedido a 10 de fevereiro de 2013, em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 680–704.
- Dahlgren, P. (2011). As culturas cívicas e a internet: para uma contextualização da participação política. *Media & Jornalismo*, nº 18, Vol.º 10: 11-30.
- Dardis, F. E. (2006). Marginalization Devices in U.S. Press Coverage of Iraq War Protest: A Content Analysis, *Mass Communication and Society*, 9:2, 117-135.
- Fenton, N. (2010). Drowning or waving? New media, journalism and democracy. Em: *New media, old news: journalism & democracy in the digital age*, Fenton (ed.), Sage, London.
- Ferreira, G.B. (2011). Democracia digital e participação política: o acesso e a igualdade na deliberação online. *Media & Jornalismo*, nº 18, Vol.º 10: 46-61.

- Fidalgo, A. (2003). Sintaxe e Semântica das Notícias Online: Para um Jornalismo Assente em Base de Dados. Em: Fidalgo e Serra (orgs.), *Informação e Comunicação Online Volume I: Jornalismo Online*, Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Flood, C. (2009). Framing and ideology: a theoretical reconsideration. Trabalho apresentado na 67ª Conferência Anual da Midwest Political Science Association, Chicago, 2-5 de abril de 2009.
- Global Voices Advocacy (2010). MENA journalists and cyber activists: in the line of fire. Acedido a 18 de março de 2013, no *website* da Global Voices Advocacy: <http://advocacy.globalvoicesonline.org/2011/04/27/mena-journalists-cyber-activists-in-the-line-of-fire/>.
- Francisco, K. C. (2010). O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais? *Prisma.com*, nº 12: 1-26.
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press edition. Boston.
- Lopes, A. I. (2011). Cultural Jamming: A participação social através da internet. Em: Francisco R. Cádima, Rosana Martins e Maria G. Pedroso (org), *Espaço Público, Direitos Humanos & Multimédia: Novos Desafios*, Editora Multifoco, 1ª edição, Rio de Janeiro
- Khondker, H. H. (2011). Role of the new media in the arab spring. *Globalizations*, Volume 8, nº 5: 675-679.
- Kitzinger, J. (2004). *Framing Abuse: Media Influence and Public Understanding of Sexual Violence Against Children*, Pluto Press, London.
- Manning, P. (2010). News sources, news agencies and the banking crisis. MeCCSA Conference 2010, London School of Economics, 7th January 2010.
- Martins, C. (2007), *30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal (1974-2004)*, Livros Horizonte, Lisboa.
- Martins, Rosana (2011). Think Global, Act Local: MTV network e a mundanidade mediada. Em: Francisco R. Cádima, Rosana Martins e Maria G. Pedroso (org), *Espaço Público, Direitos Humanos & Multimédia: Novos Desafios*, Editora Multifoco, 1ª edição, Rio de Janeiro.
- Miller, A. e Kurpius, D. (2010). A citizen-eye view of television news source credibility. *American Behavioral Scientist*, 54: 137-156.
- Phillips, A. (2010). Old sources: new bottles. Em: *New media, old news: journalism & democracy in the digital age*, Fenton (ed.), Sage, London.

- Porto, M. (2002). Enquadramentos da mídia e da política. Acedido a 10 de fevereiro de 2013, em http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=4400&Itemid=317.
- Rodrigues, S. P. (2008, 28 de novembro). Crise traz novos leitores para o jornalismo económico. Acedido a 5 de março de 2013, em <http://www.meiosepublicidade.pt/2008/11/crise-traz-novos-leitores-para-o-jornalismo-economico/>.
- Salaverría, R. (2010). Estructura de la convergencia. Em X. López e X. Pereira (eds.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 27-40.
- Scheufele, A.D. e Tewskbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57: 9-20.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A Critical Introduction*. Palgrave MacMillan, second edition, New York. Acedido a 17 de março de 2013, em <http://ebookbrowse.com/s38-jan-aart-scholte-globalization-second-edition-a-critical-introduction-2005-pdf-d466144376>.
- Silveirinha, M. J. (2005). O lançamento da moeda europeia e os seus enquadramentos na imprensa. Livro de actas – 4º SOPCOM. Acedido a 20 de fevereiro de 2013, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-lancamento-moeda-europeia-enquadramentos-imprensa.pdf>.
- Smith, J., McCarthy, J.D., McPhail, C. e Augustyn, B. (2001). *Social Forces*, Vol. 79, No. 4: 1397-1423.
- Sousa, J. P. (2003.) Jornalismo on-line. *Forum Media*, nº 5.
- Tambini, D. (2008). What Is Financial Journalism For? Ethics and Responsibility in a Time of Crisis and Change. University of the Arts London, London College of Communication.
- Tambini, D. (2010). What are financial journalists for? *Journalism Studies*, 11:2, 158-174.
- Traquina, N. (2002). Uma comunidade interpretativa transnacional: a tribo jornalística [Versão eletrónica]. *Media & Jornalismo*, Volume I, nº 1: 45-64. Acedido a 20 de fevereiro de 2013, em http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/mj_1.pdf.

Vreese, C. H. (2012). “New avenues for framing research” [Versão eletrónica]. *American Behavioral Scientist*, 56: 365-375. Acedido a 17 de fevereiro de 2013, em <http://abs.sagepub.com/content/56/3/365>.

Zamith, F. (2007). O subaproveitamento das potencialidades da internet pelos ciberjornais portugueses. *Prisma.com*, nº 4: 33-58.

ANEXOS

Anexo I: Tabela *Dinheiro Vivo* / Peças informativas

	Data	Secção	Autor						Título	Género				Vozes		
			Assinado		Não assinado					Notícia	Minuto-a-minuto	Reportagem	Opinião	Uma	Duas a três	Mais de três
			Com agência	Sem agência	Agência		Jornal									
					Nacional	Internacional	Com agência	Sem agência								
1	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Manifestação: Agressões provocam três detenções em Lisboa	1	0	0	0	1	0	0
2	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Espanha: líderes políticos de esquerda juntam-se à "Marcha sobre Madrid"	1	0	0	0	1	0	0
3	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Torre em Castelo Branco coberta de negro com a palavra "basta"	1	0	0	0	0	1	0
4	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Milhares de pessoas enchem Praça José Fontana em Lisboa	1	0	0	0	1	0	0
5	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Porto: milhares de pessoas concentradas na Avenida dos Aliados	1	0	0	0	1	0	0
6	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Lisboa: manifestantes em direção à Praça de Espanha	1	0	0	0	1	0	0
7	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Viana: mais de 300 pessoas cortaram principal avenida da cidade	1	0	0	0	1	0	0
8	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Eurodeputadas do BE e PCP participam em manifestação em Bruxelas contra a austeridade	1	0	0	0	0	1	0
9	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Portugueses protestaram em Paris	1	0	0	0	1	0	0
10	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Manifestação de 15 de setembro terá sido a maior desde o 25 de Abril	1	0	0	0	1	0	0
11	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	50 mil juntaram-se nos Aliados, no Porto	1	0	0	0	1	0	0
12	15.03.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Manifestantes sentados no chão cortam Avenida dos Aliados, no Porto	1	0	0	0	1	0	0
13	15.03.2012	Economia	1	0	0	0	0	0	Movimento "Que se lixe a Troika" encheu as ruas	0	0	1	0	1	0	0
14	13.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Crise/Protestos: Milhares de pessoas no Porto contra a austeridade	1	0	0	0	0	1	0
15	13.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Crise/Protestos: 'Grândola, Vila Morena' abre manifestação cultural em Beja	1	0	0	0	0	1	0
16	13.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Crise/Protestos: Cerca de 300 pessoas na Docca de Faro contra as medidas de austeridade	1	0	0	0	0	1	0
17	13.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Crise/Protestos: Milhares em "manifestação cultural, suprapartidária, suprasindical"	1	0	0	0	0	1	0
18	13.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Centenas de manifestantes em Paris contra "dívida ilegítima"	1	0	0	0	1	0	0
19	15.10.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	11 feridos e um detido no 'Cercos ao Parlamento'	1	0	0	0	1	0	0
20	14.11.2012	Economia	0	0	0	0	1	0	Polícia carrega sobre manifestantes. Passos: "Não vi as imagens"	1	0	0	0	0	1	0
21	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Itália: um ferido grave em confrontos à margem da greve geral	1	0	0	0	1	0	0
22	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Espanha: País a meio gás com segunda greve geral do ano	1	0	0	0	1	0	0
23	15.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Greve geral: PSP detém nove pessoas e identifica vinte e uma	1	0	0	0	1	0	0
		Total	1	0	21	0	1	0		22	0	1	0	16	7	0

Fontes		Enquadramento		Extensão da peça	Protagonistas	Narrador				Peça completa	Relação com narrativas multimédia			Tom			Tema/story branding	Story placing
Oficiais	Oficiosas	Noticioso	Interpretativo			Interno	Externo	Story	Discourse		Slideshow	Vídeo	Áudio	Positivo	Negativo	Neutro		
1	0	1	0	Longa	Manifestantes e jornalista	1		0	1	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra o Governo	Assembleia da República
1	0	0	1	Média	Manifestantes e políticos	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação em Espanha	Praga em Madrid, Espanha
0	1	1	0	Média	Manifestantes e populares	1			1	1	0	0	0	0	0	1	Protestos contra a austeridade	Torre em Castelo Branco
0	0	1	0	Média	Manifestantes	1				1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Praga José Fontana, Lisboa
0	0	1	0	Curta	Manifestantes	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Avenida dos Aliados, Porto
0	0	1	0	Média	Manifestantes	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Praga José Fontana, Lisboa
1	1	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Avenida em Viana do Castelo
1	0	1	0	Longa	Manifestantes e políticos	1		1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Bruxelas
0	1	0	1	Longa	Manifestantes/estudantes	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Protestos contra a austeridade	Paris
1	0	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	País inteiro
1	0	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Avenida dos Aliados, Porto
1	0	1	0	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Avenida dos Aliados, Porto
0	0	1	0	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Lisboa
1	0	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Porto
1	1	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação cultural	Beja
1	0	1	0	Curta	Manifestantes	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Faro
1	0	0	1	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação cultural	Praga de Espanha, Lisboa
0	1	1	0	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Paris
1	0	1	0	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	S. Bento, Lisboa
1	0	1	0	Média	Manifestantes, polícia e políticos	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Assembleia da República
0	1	1	0	Longa	Manifestantes e polícia	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Itália
0	0	1	0	Curta	Piquetes de greve e políticos	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Greves gerais na Europa	Espanha
1	0	0	1	Longa	Manifestantes e polícia	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Greve geral	Assembleia da República
14	6	19	4			19	4	17	7	23	11	0	0	0	0	23		

Anexo II: Tabela *Jornal de Negócios* / Peças informativas

Data	Secção	Autor						Título	Género				Vozes			Fontes		
		Assinado		Não assinado					Notícia	Minuto-a-minuto	Reportagem	Opinião	Uma	Duas a três	Mais de três	Oficiais	Oficiosas	
		Com agência	Sem agência	Agência		Jornal												
				Nacional	Internacional	Com agência	Sem agência											
1	15.09.2012	Economia	0	0	0	0	0	1	Minuto a minuto da manifestação	0	1	0	0	0	0	1	1	0
2	17.09.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	A manifestação de quem não se manifesta	0	0	1	0	0	1	0	0	0
3	17.09.2012	Opinião	0	1	0	0	0	0	House, Passos e Portugal	0	0	0	1	0	0	0	0	0
4	14.11.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	A Europa protesta	1	0	0	0	imp	imp	imp	imp	imp
5	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Greve geral: Milhares de pessoas em desfile de protesto até à Assembleia da República	1	0	0	0	0	1	0	0	0
6	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Manifestantes derrubam grades de proteção e atiram balões com tinta à polícia	1	0	0	0	1	0	0	0	0
7	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Sete detidos e 48 feridos nos incidentes junto ao parlamento	1	0	0	0	1	0	0	1	0
8	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Polícia faz meia dúzia de disparos na Avenida D. Carlos I	1	0	0	0	0	0	0	0	0
9	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Italianos param quatro horas e organizam manifestações contra a austeridade	1	0	0	0	0	1	0	1	1
10	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	Greve geral em Espanha: Pelo menos 28 detenções e 12 feridos	1	0	0	0	1	0	0	1	0
11	14.11.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	Na greve não se vai trabalhar porque se vai a algum sítio	0	0	1	0	0	1	0	imp	imp
12	14.11.2012	Economia	0	0	1	0	0	0	CGTP: "Esta é uma das maiores greves gerais de sempre"	1	0	0	0	0	1	0	1	0
13	14.11.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	Europa junta-se contra a austeridade	1	0	0	0	imp	imp	imp	imp	imp
14	14.11.2012	Opinião	0	1	0	0	0	0	Os heróis do dia	0	0	0	1	0	0	0	0	0
15	15.11.2012	Opinião	0	1	0	0	0	0	Merkel, as manifestações e o provincianismo	0	0	0	1	0	0	0	0	0
16	16.11.2012	Opinião	0	1	0	0	0	0	Da indignação fútil	0	0	0	1	0	0	0	0	0
17	16.11.2012	Opinião	0	1	0	0	0	0	Um político medíocre e um extraordinário escritor	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		Total	0	9	6	0	0	1		10	1	2	5	3	5	1	5	1

Enquadramento		Extensão da peça	Extensão da peça	Protagonistas	Narrador				Peça completa	Relação com narrativas multimédia				Tom			Tema/story branding	Story placing
					Interno	Externo	Story	Discourse		Slideshow	Vídeo	Áudio	Positivo	Negativo	Neutro			
Noticioso	Interpretativo																	
1	0	Longa	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridad	Lisboa	
1	0	Longa	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	Manifestação contra a austeridad	Praça de Espanha, Lisboa	
0	1	Média	Média	Portugueses, Governo e "House	1	0	0		1	0	0	0	1	0	0	Medidas de austeridade	Portugal	
1	0	Longa	Longa	Manifestantes	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	Manifestações na Europa	Vários países europeus	
1	0	Curta	Curta	Manifestantes e polícia	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridad	Lisboa	
1	0	Média	Média	Manifestantes e polícia	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridad	Lisboa	
0	1	Média	Média	Manifestantes e polícia	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Incidentes em manifestação	Lisboa	
1	0	Curta	Curta	Manifestantes e polícia	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Incidentes em manifestação	Lisboa	
1	0	Média	Média	Manifestantes	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestações na Europa	Itália	
0	1	Média	Média	Governo espanhol e manifestant	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestações na Europa	Espanha	
1	0	Longa	Longa	Manifestantes	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridad	Lisboa	
0	1	Longa	Longa	Manifestantes, sindicato e polici	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridad	Lisboa	
1	0	Longa	Longa	Manifestantes	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	Manifestações na Europa	Vários países europeus	
0	1	Longa	Longa	Governantes	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	Incidentes em manifestação	Lisboa	
0	1	Longa	Longa	Políticos e manifestantes	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	Manifestações na Europa	Europa	
0	1	Longa	Longa	Portugueses e políticos	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	Manifestação contra a austeridad	Portugal	
0	1	Longa	Longa	Portugueses e políticos	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	Greve geral	Portugal	
9	8				12	5	7	9	12	12	0	0	5	1	11			

Anexo III: Tabela *Diário Económico* / Peças informativas

Data	Secção	Autor						Título	Género				Vozes			Fontes		
		Assinado		Não assinado					Notícia	Minuto-a-minuto	Reportagem	Opinião	Uma	Duas a três	Mais de três	Oficiais	Oficiosas	
		Agência	Jornal															
		Com agência	Sem agência	Nacional	Internacional	Com agência	Sem agência											
1	17.09.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	500 mil vozes contra cortes nos salários	1	0	0	0	1	0	0	1	1
2	15.10.2012	Economia	0	0	0	0	0	1	Orçamento – Dezenas de artistas e centenas de manifestantes juntos contra a ‘troika’	1	0	0	0	0	0	0	0	0
3	14.11.2012	Política	0	0	0	0	1	0	Sete detidos e 48 feridos nos incidentes junto ao Parlamento	1	0	0	0	1	0	0	1	0
4	14.11.2012	Política	0	0	0	0	1	0	Greve (act.) – Carga policial sobre manifestantes	1	0	0	0	1	0	0	1	0
5	15.11.2012	Economia	0	1	0	0	0	0	Manifestações – A Europa saiu à rua	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		Total	0	2	0	0	2	1		5	0	0	0	3	0	0	3	1

Enquadramento		Extensão da peça	Protagonistas	Narrador				Peça completa	Relação com narrativas multimédia			Tom			Tema/story branding	Story placing
				Interno	Externo	Story	Discourse		Slideshow	Vídeo	Áudio	Positivo	Negativo	Neutro		
Noticioso	Interpretativo															
1	0	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Lisboa
1	0	Curta	Manifestantes e artistas	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	Manifestação contra a austeridade	Lisboa
0	1	Média	Manifestantes e polícia	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	Incidentes em manifestação	Assembleia da República, Lisboa
1	0	Longa	Manifestantes e polícia	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	Incidentes em manifestação	Assembleia da República, Lisboa
1	0	Longa	Manifestantes	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	Manifestações na Europa	Vários países europeus
4	1			4	1	3	2	3	3	0	0	0	0	5		

Anexo IV: Tabela *Dinheiro Vivo* / *Slideshows*

	Data	Secção	Autor	Título
1	15.09.2012	Slideshows	Dinheiro Vivo	A maior manifestação desde 1974?
2	16.09.2012	Slideshows	Dinheiro Vivo	Manifestação: As palavras de ordem
3	14.11.2012	Slideshows	Dinheiro Vivo	As imagens da greve que está a parar o país
4	14.11.2012	Slideshows	Mariana de Araújo Barbosa	A Europa parada em greve geral

Anexo V: Tabela *Jornal de Negócios / Slideshows*

	Data	Secção	Autor	Título
1	15.09.2012	Economia	Bruno Simão	Fotogaleria: Milhares de pessoas protestaram em Lisboa contra a austeridade
2	15.09.2012	Economia	Jornal de Negócios Online	Fotogaleria: Manifestação de 15 de Setembro (act.)
3	16.09.2012	Economia	Miguel Baltazar	Fotogaleria: Os cartazes da manifestação
4	16.09.2012	Economia	Miguel Baltazar	Fotogaleria: Manifestação serena terminou com tensão em frente ao Parlamento
5	17.09.2012	Multimédia - Fotogalerias	desconhecido	100 mil manifestaram-se no Porto contra a austeridade
6	14.11.2012	Multimédia - Fotogalerias	desconhecido	Greve geral em Lisboa
7	14.11.2012	Economia	Reuters	Carga policial em Lisboa
8	14.11.2012	Economia	Reuters	Manifestações por toda a Europa contra a austeridade

Anexo VI: Tabela *Diário Económico* / *Slideshows*

	Data	Secção	Autor	Título
1	14.11.2012	Política	Económico/Fotos de Paulo Figueiredo, Paulo Alexandre Coelho e Bruno Barbosa	Fotogaleria: Greve geral
2	14.11.2012	Política	Económico/Fotos de Paula Nunes	Tensão – Os confrontos entre polícia e manifestantes no Parlamento
3	16.11.2012	Política	Fotos de Paula Nunes	O dia da greve geral que terminou em confrontos